



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison”, para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia Toacaso, cantón Latacunga.

Sánchez Moreira, Valeria Solange

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciatura en Administración
Turística y Hotelera

Ing. Albán Yáñez, Carlos Geovanny Msc.

17 de marzo del 2023

Latacunga



Reporte de verificación de contenidos

TESIS_SÁNCHEZ VALERIA

1%
Similitudes

2% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: TESIS_SÁNCHEZ VALERIA.pdf
ID del documento: 15da97a9aef356483b2335aca0f4cf810478f94a
Tamaño del documento original: 1,6 Mo

Depositante: LUIS BENIGNO PALOMINO SIZA
Fecha de depósito: 28/3/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 28/3/2023

Número de palabras: 26.937
Número de caracteres: 181.916

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.lica.int https://repositorio.lica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE2001777no.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (61 palabras)
2	doi.org Evaluación de los factores geográficos que inciden en los flujos turísticos d... https://doi.org/10.21855/revociencia.75.400 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
3	www.dspace.uce.edu.ec Repositorio Digital: Propuesta para el diseño de un observ... http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/4669	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.espm.edu.ec Plan de marketing para el posicionamiento de productos... http://repositorio.espm.edu.ec/bitstream/42000/1296/4/TT1030.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
2	revistaseug.ugr.es La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualiza... https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/5342	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)
3	scielo.sld.cu http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v8n2/2310-340x-cod-8-02-166.pdf#--text=El procedimient...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
4	www.dspace.uce.edu.ec http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19522/1/FT-UCE-0004-CAG-142.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
5	Documento de otro usuario ver info El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.turismo.gob.ec/wp>
- <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/
- <http://repositorio.lica.int/bitstream/handle/11324/3028/BVE17068944e.pdf;jsessionid>
- <https://n9.cl/xh0jc>

Firma:

Ing. Albán Yáñez, Carlos Geovanny Mgs.

Director de proyecto



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: “ **Análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison”, para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia Toacaso, cantón Latacunga**” fue realizado por la señorita **Sánchez Moreira, Valeria Solange**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 17 de marzo del 2023

Firma:

Ing. Albán Yáñez, Carlos Geovanny Mgs.

C.C: 0502413628

Director del proyecto



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de Autoría

Yo **Sánchez Moreira, Valeria Solange**, con cédula de ciudadanía N° 1727066290, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison”, para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia Toacaso, cantón Latacunga”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 17 de marzo del 2023

Firma


.....
Sánchez Moreira, Valeria Solange

C.C.: 1727066290



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Autorización de Publicación

Yo **Sánchez Moreira, Valeria Solange**, con cédula de ciudadanía N° 17272066290, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“Análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison”, para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia Toacaso, cantón Latacunga”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi/nuestra responsabilidad.

Latacunga, 17 de marzo del 2023

Firma

Sánchez Moreira, Valeria Solange

C.C.: 1727066290

Dedicatoria

“El camino hacia la felicidad puede ser arduo y lleno de obstáculos, pero cada paso dado nos acerca más al logro de un sueño”

Quiero dedicar este proyecto a todas las personas que me han acompañado en el camino hacia la culminación de mi tesis, un trayecto que no fue fácil, pero que logré gracias a su apoyo y amor incondicional.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fuerza y voluntad para no rendirme, por iluminar mi camino en los momentos de oscuridad y por sostenerme cuando sentía que no podía más.

A mi querida madre, mi pilar fundamental, por ser mi mayor inspiración y por enseñarme a luchar por mis sueños. Gracias por tu paciencia, amor y dedicación, por apoyarme en todo momento y por ser el orgullo que me inspirar a terminar esta tarea.

A mi hermana, mi amiga incondicional, gracias por tu presencia constante y alentarme en todo momento en los altos y bajos de la vida universitaria. A mi novio que, con su paciencia, tu aliento y sabios consejos, supo ser mi guía en cada paso de este camino.

Y finalmente, este logro se lo dedico a todas las personas que me apoyaron incondicionalmente, por ser parte de mi equipo de apoyo en cada travesía de la Universidad, por escucharme, celebrar mis logros y brindarme su amor sincero.

Siento una gran gratitud hacia todos ustedes, por ser mi familia, mi inspiración, mi apoyo, mi amor y mi fuerza para lograr mis metas.

¡Gracias por hacer posible este sueño!

Valeria Solange Sánchez Moreira.

Agradecimiento

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, quien ha sido mi guía y protector durante todo mi camino estudiantil. Gracias por bendecirme y darme la oportunidad de tener una familia maravillosa, quienes han sido mi apoyo incondicional en este gran sueño.

En especial, quiero agradecer a mi madre Lastenia, por su apoyo fundamental, por enseñarme que con esfuerzo y dedicación puedo cumplir mis metas. Quien siempre ha sabido guiarme desde pequeña, enseñándome valores para ser una mujer valiente y segura. También a mi amiga incondicional y hermana Giomara, por ser esa persona que me brinda su amor y cariño absoluto. Por escucharme y darme siempre los mejores consejos, por ayudarme a revisar mis tareas y por ser mi crítica constructiva en cada paso que di.

A mi novio, le agradezco por su bondad y apoyo incondicional. Gracias por darme la mano en los momentos más difíciles y por brindarme palabras de aliento que me impulsaron a seguir adelante, por acompañarme en cada travesía que tuve que pasar en la Universidad y por ser la alegría en mis momentos más difíciles. Mi mejor amigo Danny, gracias por ser mi compañero de estudio, aprecio profundamente tu tiempo y dedicación, por motivarme a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. A Karlita, Marcela, Henry y Paul que durante estos años estuvieron siempre presentes, por aconsejarme a que cada desafío debo enfrentarlo con carácter, valentía y determinación, espero poder contar siempre con ustedes y en los futuros retos que nos depare el camino.

Agradezco a mi director de carrera y tutor de tesis, Msc. Carlos Alban Yáñez, quien me apoyó desde el primer momento cuando sentía que no había salida, gracias por su dedicación, paciencia, orientación, al brindarme sus conocimientos y guía para culminar este proyecto.

Valeria Solange Sánchez Moreira.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	1
Reporte de verificación de contenidos	2
Certificación	3
Responsabilidad de Autoría	4
Autorización de Publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento	7
Índice de contenidos.....	8
Índice de tablas	12
Índice de figuras	14
Resumen	16
Abstract	17
Capítulo I.....	18
Generalidades	18
Planteamiento del problema	18
Formulación del problema.....	20
Justificación e importancia.....	21
Objetivos	23
<i>Objetivo General</i>	23
<i>Objetivos Específicos</i>	23
Hipótesis	23

Variables	23
<i>Variable Independiente.....</i>	<i>23</i>
<i>Variable Dependiente.....</i>	<i>23</i>
Fundamentación Teórica	24
<i>Potencial Turístico.....</i>	<i>24</i>
<i>Sistema Turístico.....</i>	<i>24</i>
<i>Producto agroturístico.....</i>	<i>29</i>
<i>Conformación del producto agroturístico.....</i>	<i>30</i>
<i>Posicionamiento del producto agroturístico</i>	<i>34</i>
Marco Legal.....	35
<i>Constitución de la República del Ecuador.....</i>	<i>35</i>
<i>Ley de Turismo</i>	<i>36</i>
<i>Reglamento General de Actividades Turísticas.....</i>	<i>37</i>
Marco Metodológico.....	38
<i>Enfoque de la investigación.....</i>	<i>38</i>
<i>Modalidad de investigación.....</i>	<i>38</i>
<i>Método de investigación</i>	<i>39</i>
<i>Fuentes de recopilación de información y análisis de datos.....</i>	<i>39</i>
<i>Técnicas de recopilación de información</i>	<i>40</i>
<i>Instrumentos para la recopilación de información.....</i>	<i>41</i>
<i>Metodología de la propuesta.....</i>	<i>41</i>

Capítulo II: Diagnóstico para el potencial turístico.....	43
Caracterización del territorio	43
<i>Dimensión sociocultural</i>	43
<i>Dimensión económica</i>	49
<i>Dimensión ambiental</i>	52
<i>Dimensión político – institucional</i>	56
Inventario de atractivos turísticos del territorio	57
Población y muestra.....	69
<i>Población</i>	70
<i>Muestra</i>	70
La oferta turística del territorio.....	71
Demanda turística.....	88
<i>Demanda actual</i>	88
<i>Patrones de consumo</i>	89
Análisis general de la encuesta.....	89
Análisis FODA.....	90
Capítulo III: Diseño de un producto agroturístico.....	92
Paso 1: Revisión de los principios básicos para identificar productos turísticos .	92
Paso 2: Diseño del portafolio de productos turísticos	93
<i>Procedimiento metodológico</i>	94
Paso 3: Organización y gestión de los productos turísticos específicos	99

<i>Proceso metodológico</i>	100
<i>Diseño de paquetes turísticos</i>	108
<i>Diseño del circuito agroturístico</i>	113
Modelación de negocios con la herramienta CANVAS	116
Bloque 1: Clientes	116
Bloque 2: Propuesta de valor	117
Bloque 3: Canales	118
Bloque 4: Relación con clientes	119
Bloque 5: Fuentes de ingresos	119
Bloque 6: Recursos claves	120
Bloque 7: Actividades clave	121
Bloque 8: Socios	121
Bloque 9: Estructura de costos	122
Conclusiones	124
Recomendaciones	125
Bibliografía	126
Anexos	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Estructura y procesos demográficos de la hacienda “Alison”</i>	45
Tabla 2 <i>Tipos de Gastronomía en la comunidad de San Francisco</i>	47
Tabla 3 <i>Conflictos sociales internos y externos de la hacienda “Alison”</i>	48
Tabla 4 <i>Acceso a mercados de los productos principales de la hacienda “Alison”</i>	50
Tabla 5 <i>Flora y fauna que se encuentra dentro de la hacienda “Alison”</i>	53
Tabla 6 <i>Ponderacion de criterios para los atractivos naturales y culturales</i>	59
Tabla 7 <i>Resultados de la evaluación técnica de cada uno de los atractivos</i>	60
Tabla 8 <i>Recursos turísticos de la hacienda “Alison”</i>	62
Tabla 9 <i>Turistas nacionales y extranjeros en la Reserva Ecológica Los Ilinizas (2019-2020)</i>	70
Tabla 10 <i>Genero de los encuestados</i>	72
Tabla 11 <i>Edad de los encuestados</i>	73
Tabla 12 <i>Pregunta 1</i>	74
Tabla 13 <i>Pregunta 2</i>	75
Tabla 14 <i>Pregunta 3</i>	76
Tabla 15 <i>Pregunta 4</i>	77
Tabla 16 <i>Pregunta 5</i>	78
Tabla 17 <i>Pregunta 6</i>	79
Tabla 18 <i>Pregunta 7</i>	80
Tabla 19 <i>Pregunta 8</i>	81
Tabla 20 <i>Pregunta 9</i>	82
Tabla 21 <i>Pregunta 10</i>	83

Tabla 22 <i>Pregunta 11</i>	84
Tabla 23 <i>Pregunta 12.</i>	85
Tabla 24 <i>Pregunta 13</i>	86
Tabla 25 <i>Pregunta 14</i>	87
Tabla 26 <i>Análisis FODA de la hacienda “Alison”</i>	91
Tabla 27 <i>Principios básicos para identificar productos turísticos en la hacienda “Alison”</i>	92
Tabla 28 <i>Clasificación de la oferta de los productos turísticos en la hacienda</i>	94
Tabla 29 <i>Ficha técnica N° 001</i>	95
Tabla 30 <i>Ficha técnica N° 002</i>	96
Tabla 31 <i>Ficha técnica N° 003</i>	97
Tabla 32 <i>Ficha técnica N° 004</i>	98
Tabla 33 <i>Priorización de los productos turísticos</i>	99
Tabla 34 <i>Tipología de ruta física</i>	100
Tabla 35 <i>Ficha de trabajo - Interpretación</i>	101
Tabla 36 <i>Ficha de trabajo - Definición de tours</i>	101
Tabla 37 <i>Ficha de trabajo - propuesta de valor</i>	102
Tabla 38 <i>Ficha de trabajo - Integración de actores</i>	103
Tabla 39 <i>Ficha de trabajo - Comercialización y promoción</i>	107
Tabla 40 <i>Ruta Full Day</i>	110
Tabla 41 <i>Ruta dos días y una noche</i>	111
Tabla 42 <i>Resultado de la herramienta CANVAS de un producto agroturístico</i>	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>El Sistema Turístico</i>	25
Figura 2 <i>Conformación del producto Agroturismo</i>	30
Figura 3 <i>Actividades Agroturísticas</i>	33
Figura 4 <i>Propiedad de la hacienda “Alison”</i>	44
Figura 5 <i>Maquinaria que la hacienda “Alison” ocupa para la extracción de leche</i>	51
Figura 6 <i>Ubicación de la hacienda “Alison”</i>	52
Figura 7 <i>Paisaje de la hacienda “Alison”</i>	56
Figura 8 <i>Jerarquización de los Atractivos turísticos</i>	58
Figura 9 <i>Genero de los encuestados representada en una figura</i>	72
Figura 10 <i>Edad de las personas encuestadas</i>	73
Figura 11 <i>Pregunta 1</i>	74
Figura 12 <i>Pregunta 2</i>	75
Figura 13 <i>Pregunta 3</i>	76
Figura 14 <i>Pregunta 4</i>	77
Figura 15 <i>Pregunta 5</i>	78
Figura 16 <i>Pregunta 6</i>	79
Figura 17 <i>Pregunta 7</i>	80
Figura 18 <i>Pregunta 8</i>	81
Figura 19 <i>Pregunta 9</i>	82
Figura 20 <i>Pregunta 10</i>	83
Figura 21 <i>Pregunta 11</i>	84

Figura 22 <i>Pregunta 12</i>	85
Figura 23 <i>Pregunta 13</i>	86
Figura 24 <i>Pregunta 14</i>	87
Figura 25 <i>Imagen y posicionamiento del producto turístico</i>	104
Figura 26 <i>Isotipo del producto agroturístico</i>	104
Figura 27 <i>Logotipo del producto agroturístico</i>	105
Figura 28 <i>Logotipo del producto agroturístico con eslogan</i>	106
Figura 29 <i>Circuito turístico de la hacienda “Alison”</i>	113

Resumen

El presente trabajo de titulación analiza el potencial turístico de la hacienda “Alison” para el diseño de un producto agroturístico, ubicada en la comunidad de San Francisco de la parroquia de Toacaso, provincia de Cotopaxi. El problema aborda sobre la falta de diversificación de la oferta turística en la parroquia de Toacaso y la ausencia de emprendimientos turísticos enfocados a la actividad agrícola ganadera. Es así como este proyecto apuesta a los emprendimientos agrarios como el de la hacienda “Alison”, para así diversificar su actividad económica, debido a la baja venta de sus productos (venta de leche y papas). Además de la escasa infraestructura turística, ya que requiere espacios para alojamiento, alimentación, servicios complementarios dentro de la hacienda, incluso existe el limitante conocimiento de los empleados en la actividad turística. El objetivo principal del proyecto es analizar el potencial turístico de la hacienda “Alison”, para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia Toacaso, cantón Latacunga. Por ende, la metodología que se emplea en este proyecto es de un enfoque mixto, con una modalidad de investigación bibliográfica e investigación de campo, utilizando el método deductivo, tomando en consideración fuentes primarias y secundarias, además de incluir las técnicas de recolección de información como de observación, entrevista al administrador de la hacienda y encuesta aplicada a 382 turistas, por ultimo mediante el instrumento de la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos se recolectó información para obtener una ponderación en base a criterios que permiten identificar y clasificar los recursos por categoría, tipo y subtipo. Con la recolección de todos estos datos se ha podido considerar que la hacienda “Alison” cuenta con recursos potenciales y por ello el diseño del producto turístico se enfoca la actividad agrícola ganadera, a partir de la planificación y gestión efectiva mediante estrategias que ayudarán a superar del estancamiento que ocasionalmente afronta la hacienda y al desarrollo del agroturismo.

Palabras clave: Potencial turístico, agroturismo, Actividad agrícola ganadera

Abstract

This Thesis analyzes the tourist potential of the “Alison” farm for the design of an agrotourism product, located in the San Francisco community of the Toacaso parish, Cotopaxi province. The problem addressed is the lack of diversification of tourist offerings in the Toacaso parish and the absence of tourist ventures focused on agricultural livestock activities. This project focuses on agricultural entrepreneurship such as the “Alison” farm to diversify its economic activity due to the low sale of its products (milk and potatoes). In addition to lack of tourist infrastructure, as it requires spaces for accommodation, food and complementary services within the farm, there is also a limitation of knowledge among employees in tourist activities. The main objective of the project is to analyze the tourist potential of “Alison” farm for the design of an agrotourism product in the Toacaso parish, Latacunga canton. Therefore, the methodology used in this project employs a mixed approach, with a mode of bibliographic research and field investigation, using deductive method, taking into account primary and secondary sources, including data collection techniques such as observation, interviews with the farm manager, and a survey applied to 382 tourists. Finally, using the instrument of the card for the collection and ranking of attractions, information was collected to obtain a weighting based on criteria that subtype. With the collection of all this data, it has been possible to consider that the “Alison” farm has potential resources, and therefore, the design of the tourism product is focused on agricultural livestock activities, through effective planning and management with strategies that will help overcome the stagnation that the farm occasionally faces and promote agrotourism development.

Keywords: Tourist potential, agrotourism, agricultural livestock activities.

Capítulo I

Generalidades

Planteamiento del problema

El turismo es un elemento fundamental dentro de las actividades productivas en un territorio; esta actividad se puede establecer como una estrategia para mejorar las condiciones económicas, en el Ecuador el agroturismo se realiza en espacios rurales que particularmente están integrados por haciendas agrícolas, fincas o ranchos como un modelo para fortalecer el desarrollo sostenible, promoviendo los aspectos agrícolas, ganaderos, culturales, potencial recreativo y servicios complementarios.

Para tal efecto, el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2021) enfatiza en su Catastro de establecimientos turísticos que solo existen 21 haciendas turísticas en todo el Ecuador, siendo este un indicador de la diversificación de productos turísticos para impulsar la oferta del turismo rural, a comparación de los otros productos, como el de sol y playa que engloba el mayor porcentaje de preferencias entorno a la actividad turística. Dentro de este marco, se debe desarrollar estrategias de comercialización y promoción efectiva de los demás productos y actividades turísticas, principalmente turismo rural; actividad agroturística, siendo esta una nueva modalidad emergente.

Como seguimiento de esta actividad, en Cotopaxi existe una carente diversificación de la oferta turística y los pocos establecimientos existentes relacionados con el agroturismo, realizan operaciones de forma empírica debido a la falta de planificación e investigación previa para ofrecer un turismo rural de excelencia. Sin embargo, se puede aprovechar las oportunidades con base a su ubicación estratégica; la riqueza natural y cultural, la diversidad de atractivos, la amabilidad de su gente, con el fin de contribuir al desarrollo mediante propuestas de turismo rural.

Para lograr el desarrollo y fortalecer al Turismo Rural en la provincia es clave trabajar de manera integral y coordinada entre todos los sectores del turismo: entidades del sector

público (GAD's Provinciales, Municipales y Parroquiales), los operadores y prestadores de servicios turísticos, el sector comunitario, el transporte, el comercio, la academia, los servicios financieros, entre otros.

En este sentido el Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador (CONGOPE, 2021) afirma que:

La crisis del COVID-19 nos demostró que el turismo necesita reinventarse. El sector turístico es una industria "sin chimeneas", de gente para la gente, que necesita de personas para sobrevivir, y que sin los turistas y visitantes no puede reactivarse (p.07)

Actualmente y gracias a la reapertura de los distintos sitios turísticos, se intenta promover el turismo rural; ofertando actividades en espacios abiertos y con poca afluencia de turistas convirtiendo estos lugares en puntos estratégicos. Considerando al agroturismo como una forma de turismo alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades agropecuarias, que en los últimos años ha sido considerado como una estrategia para dinamizar el desarrollo de los sectores rurales, para preservar y promover el valor cultural de las actividades agropecuarias que se convierten en elementos patrimoniales de interés turístico. (Rodríguez, 2019)

Al mismo tiempo, los sectores aledaños a la Reserva Ecológica los Ilinizas ubicados en la parroquia de Toacaso se pueden convertir en un escenario de gran afluencia turística, tomando como base el valor cultural de las haciendas dedicadas a la agricultura y la ganadería que, mediante iniciativas de actividades turísticas, la utilización de la capacidad instalada en las propiedades y el saber tradicional, pueden consolidarse como un producto turístico para ofertar al mercado.

Por esta razón, la hacienda "Alison" ubicada dentro de la comunidad de San Francisco podría consolidarse como un producto turístico al aprovechar sus características como; la diversidad de cultivos para la agricultura y la ganadería, vastas áreas verdes y recursos naturales. Sin embargo, la hacienda no cuenta con una fuente de ingresos adicional que

permita diversificar la obtención de sus recursos, la organización administrativa y las personas que laboran dentro de la hacienda desconocen el aprovechamiento de la actividad agroturística, por lo tanto, no existen facilidades turísticas que brinden atención al turista, seguridad alimentaria, actividades recreativas, adecuación de señaléticas, entre otras, así mismo se debe adecuar los espacios e invirtiendo recursos para la construcción de miradores y la adecuación de los equipamientos necesarios para ofertar actividades turísticas en cada uno de los sitios potenciales.

En consecuencia, a nivel parroquial existe ausencia de emprendimientos turísticos enfocados a la actividad agroturística, así también, el desconocimiento de la gestión administrativas y las actividades del agroturismo, limita el desarrollo de proyectos que tengan por objetivo principal el aprovechamiento de la actividad agropecuaria y su valor cultural como eje principal para la oferta turística, siendo este un instrumento para el desarrollo integral e inclusivo, generación de empleos y propiciar el desarrollo económico y social de las personas involucradas o dedicadas a estas actividades primarias.

En este sentido, el Plan Turístico de la parroquia Toacaso, establece en sus oportunidades el desarrollo de actividades turísticas aprovechando los recursos naturales en las comunidades de la parroquia. Considerando que, el pilar económico de los pobladores en la parroquia es la producción agrícola y agropecuaria, siendo la principal fuente de ingreso económico familiar, no obstante, las actividades relacionadas al turismo tienen una incidencia económica casi nula, pero es necesario, englobar estos recursos y actividades para que brinden un valor agregado en conjunto con la participación de las comunidades, actores locales y propietarios de establecimientos que realicen actividades agrícolas y agroindustriales.

Formulación del problema

¿Cómo el análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison” en la parroquia Toacaso aporta al diseño de un producto agroturístico como alternativa para preservar y promover el valor cultural de las actividades agropecuarias?

Justificación e importancia

En la parroquia Toacaso la hacienda “Alison” desarrolla actividades productivas agropecuarias ligadas a la práctica del agroturismo para aprovechar el entorno y la organización social.

Reafirmando así, la importancia del agroturismo en el sector rural, se pretende diseñar un producto turístico acorde a la relación secuencial y progresiva entre recurso turístico, atractivo turístico, producto turístico direccionado al agroturismo, considerando el análisis valorativo de la hacienda “Alison”, es decir su potencial turístico, a fin de preservar y promover el valor cultural de las actividades agropecuarias

En los últimos años, en el Ecuador se ha venido catalogando al eje turístico como una oportunidad de suma importancia para la dinamización de la economía del país, es así que, en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la captación de inversión nacional y extranjera, así también es importante destacar la orientación del PLANDETUR 2030 como instrumento de actuación del sector turístico del país, donde busca posicionarse en el marco de un desarrollo sostenible, impulsándose como un potente generador de empleo y riqueza económica.

La CONGOPE (como se citó en el Ministerio de Turismo MINTUR, 2020) indica que:

Al momento de desplazarse, los visitantes han evitado las grandes concentraciones y han buscado las nuevas ofertas locales del turismo rural, en especial las propuestas que integren a la familia. “La estructura de viajes no ha cambiado y se mantiene consistente con respecto al comportamiento previo a la pandemia, pues el 53% de los viajeros sigue prefiriendo viajar junto a su familia” (p.72).

Por ese motivo, los especialistas de la CONGOPE manifiestan que el turismo rural al presentar dichas características será la clave para reactivar la actividad turística. Conforme a lo anterior sirven como impulso para la diversificación de productos y servicios, debido a que el

turista busca nuevas experiencias, pero con la seguridad y confianza tomando en cuenta las medidas de bioseguridad necesarias.

Dentro de este marco, se apuesta por el agroturismo para dar a conocer y aprovechar los productos y servicios de los emprendimientos agrarios como es el de la hacienda “Alison” y así diversificar su oferta, siempre y cuando sean orientados dentro de los parámetros para una adecuada planificación y gestión estratégica, con personal calificado y cualificado en el área turística que tenga ideas, proyecciones y visión como respuesta a satisfacer las necesidades de los consumidores, preservación del medio ambiente, el desarrollo económico de sus propietarios y la generación de empleos en el sector.

Por todo lo expuesto, se pretende identificar y analizar los métodos de investigación para evaluar el potencial turístico de los recursos y atractivos naturales con el objeto de llevar a cabo el inventario y jerarquización de dichos recursos. Consecuentemente, es importante desarrollar un producto turístico como estrategia para la integración de la actividad turística, la cual está encaminada a las prácticas del turismo rural brindando atención especial a la preservación y cuidado del entorno natural.

Ante lo anterior mencionado la investigación se fundamenta a partir de un producto agroturístico (Blanco, Araujo y Escamarrán, 2019), con la finalidad de determinar el potencial turístico de la hacienda “Alison”, tomando como referencia la metodología (Diseño y Operación de productos agroturísticos, 2019) mediante la colaboración de la organización social que contribuya al desarrollo de la actividad agroturística. También, la anterior metodología contribuye a la planificación y gestión de estrategias del producto turístico mediante la Modelación de negocios con la herramienta Canvas.

La presente investigación tiene como propósito brindar un valor agregado a la producción agrícola y ganadera, así como diversificar la oferta de la hacienda “Alison”, aprovechando el saber tradicional que poseen los trabajadores sobre los procesos de la actividad agropecuaria, otorgándole fines agroturísticos. Por lo tanto, se espera que la

organización social cree un sentido de pertenencia y visión empresarial para el diseño de un producto agroturístico en base al análisis de la potencialidad turística de la hacienda, ofertando facilidades turísticas que motiven la visita del consumidor. Además de ello, se busca preservar y promover el valor cultural de las actividades agropecuarias, generar fuentes de empleo para el sector y mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el potencial turístico de la hacienda “Alison”, para el diseño de un producto agroturístico en la parroquia Toacaso, cantón Latacunga.

Objetivos Específicos

- Establecer la fundamentación teórica relacionada al potencial turístico y diseño de un producto agroturístico.
- Identificar las características territoriales en la hacienda “Alison”, mediante el análisis multidimensional para determinar la oferta y demanda del turista.
- Diseñar un producto agroturístico en la hacienda “Alison” para la planificación y gestión efectiva a través de estrategias que promueva el desarrollo del agroturismo.

Hipótesis

El análisis del potencial turístico de la hacienda “Alison” en la parroquia Toacaso, establecerá acciones para la creación de un producto agroturístico.

Variables

Variable Independiente

Potencial turístico

Variable Dependiente

Producto agroturístico

Fundamentación Teórica

Con el fin de establecer una base sólida para la investigación, se analizaron criterios, teorías, conceptos y estudios sobre la evaluación del potencial turístico de un territorio. A partir de esto, se identificaron varios elementos clave del sistema turístico de Molina que respaldan la fundamentación teórica del potencial turístico, tales como los atractivos turísticos, la superestructura, infraestructura, equipamiento e instalaciones, demanda turística y la comunidad receptora. Estos elementos se aplicaron a la hacienda “Alison” en la parroquia de Toacazo, con el objetivo de diseñar un producto agroturístico que promuevan su desarrollo.

Potencial Turístico

Para considerar el potencial turístico de un lugar Haro (2017) entiende que:

Para crear un sitio turístico se debe considerar que existe una conexión entre el patrimonio, el turismo, el producto, el recurso, el atractivo y la potencialidad. Modificar su infraestructura, sus servicios, sus actividades, incluir y entender una mentalidad de visitante que mediante la investigación se busca ofrecer lo que anhela o espera el turista. (p. 11).

Por otro lado, Blanco, Araujo y Escamarrán (2019) consideran que:

Para evaluar el potencial turístico de un territorio son de utilidad para entender y analizar el sistema turístico de un determinado espacio. Este sistema está integrado por cuatro elementos: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores del mercado; cada uno de ellos tiene funciones bien denortadas, que permiten el correcto funcionamiento del turismo. (p. 12)

Sistema Turístico

Para analizar el Potencial turístico de un territorio es necesario entender sobre el sistema turístico ya que:

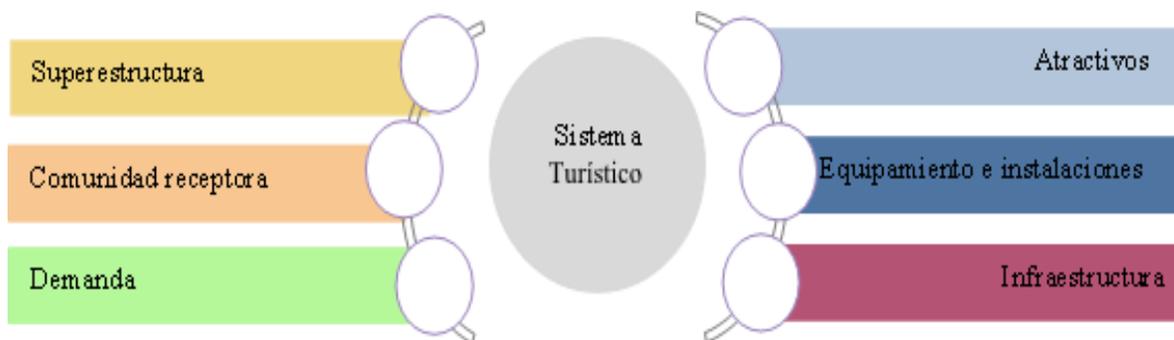
Para operar el sistema turístico se le aplica una sucesión de técnicas que nacieron independientemente de la investigación científica. Tanto en la hotelería, como

en los establecimientos que se dedican a la prestación de servicios de alimentos y bebidas, en empresas de transporte y agencias de viaje, se realizan numerosas tareas en las que se aplican diferentes tecnologías. (Bullón, 2006, p.23)

Por consiguiente, es importante considerar también los elementos que se constituyen dentro del sistema turístico donde Molina (como se cita en Quijano 2009) menciona que “está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar con un objetivo común” (p. 13).

Figura 1

El Sistema Turístico



Nota. Reproducido de “Manual para el diagnóstico turístico local,” por R. Quijano, (2009).

Finalmente, desde el punto de vista de Sancho como se citó en Blanco, Araujo, y Escamarrán (2019) se complementará con su conceptualización, el cual distingue cuatro elementos básicos que hacen parte de la actividad turística:

- La demanda: formada por el conjunto de consumidores – o posibles consumidores – de bienes y servicios turísticos.
- La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
- El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí

misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

- Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismo públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo. (p.47)

Desde estas dos perspectivas que mencionan cómo se conforma el sistema turístico se ha tomado en consideración seguir el enfoque de Molina ya que determina la relación que existe entre estos subsistemas, pero que interactúan para un objetivo en común determinando el potencial turístico, por lo cual se detalla de la siguiente manera:

Atractivos Turísticos. De acuerdo con el Manual de atractivos turísticos del MINTUR (2019) menciona que es el “Resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio” (p. 118).

Asimismo, Blanco, Araujo y Escamarrán (2019) también hacen mención que “Un atractivo turístico es aquel recurso que, por sí mismo o en combinación con otros, puede despertar el interés para analizar una visita con fines recreativos o culturales. Es decir, es todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos” (p. 14).

Superestructura. Ninahualpa (2017) define que “La superestructura turística está representada por todo el conjunto de organismos, asociaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, además de sus leyes, conceptos y normas, encargados de legislar y promocionar turismo” (p.32).

También, se identifica otro de los elementos que forman parte de la regulación del sistema turístico, permitiendo así que en opinión de Molina (como se cita en Haro, 2017) explica que la superestructura reconoce:

Los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas estantes. Se divide en dos clases de subsistemas: a) organizacionales: son organismos del sector público, organizaciones del sector privado y organismos intergubernamentales; y b) conceptuales: son las leyes, reglamentos, planes y programas. (p.39)

Infraestructura.

Varisco y Benseny (2013) indican que:

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo. Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación. (p.68)

Para que el sistema turístico pueda funcionar en óptimas condiciones es importante que se integre la infraestructura, por ello Mero (2015) destaca que es la “dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma, la educación, los servicios sanitarios, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía” (p.10).

Equipamiento e Instalaciones.

El equipamiento está conformado por el conjunto de establecimientos que brindan servicios básicos: alojamiento, gastronomía, transporte, agencias y operadores mayoristas de viajes, balnearios y actividades recreativas. También se incluyen aquí los servicios no característicos que satisfacen las necesidades de los residentes y son utilizados por los turistas como el comercio y otros servicios (Varisco, 2013, p.68).

De acuerdo con lo citado por Haro (2017), a partir de las ideas de Molina destaca que el equipamiento:

Comprende el conjunto de “establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan. Equipamiento: establecimientos de hospedaje (hoteles, moteles, campings, trailer-parks); alimentos y bebidas (restaurantes, bares, cafeterías); esparcimiento (discotecas) y otros servicios (agencias de viajes, comercios)”. En cuanto a las instalaciones, éstas se dividen en: de agua y playa (marinas, palapas, muelles); de montaña (miradores, teleféricos, funiculares) y generales (piscinas o albercas, campos de golf, canchas de tenis, actividades turísticas). (p. 39)

Demanda Turística. Según Arias (2016) menciona que para conocer algunos determinantes de la demanda turística se debe tener en cuenta los “factores que condicionan la decisión de viajar para un determinado grupo de consumidores que tienen tiempo ocio y la dedican a actividades de recreación como viajes, cuyo fin es la recreación y deleite de los atractivos de la zona” (p. 22).

Socateli (2013) define a la demanda turística como un:

conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (p. 01)

Comunidad Receptora. En su estudio Molina (citado en Haro, 2017) observa que la comunidad receptora:

Está conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos. Básicamente la comunidad local, está compuesta por “dos grandes segmentos: los grupos que están directamente relacionados con el turismo (meseros, guías de turistas, empleados de aerolíneas, de agencias de viajes, de

hoteles) y los grupos relacionados indirectamente con el turismo (pescadores, campesinos, agricultores, obreros y policías). (p. 39)

Mientras tanto, otro autor plantea que:

La población local, que no participa de manera directa en el resto de los subsistemas, tiene fundamental importancia para el desarrollo local. Esta teoría, en su aplicación al turismo, se ocupa de analizar las condiciones en que el conjunto de la población puede mejorar su calidad de vida a partir de la actividad turística. (p.69)

De esta manera, se puede destacar que el proceso para el análisis del potencial turístico parte desde el sistema turístico y sus elementos, los mismo que se desprenden desde el punto de vista de Molina. Este direccionamiento permite determinar aspectos importantes para el diagnóstico de esta investigación y en base a la vocación del territorio diseñar un producto turístico como una forma de diversificar los ingresos de la hacienda "Alison" y promover su actividad principal (agropecuaria).

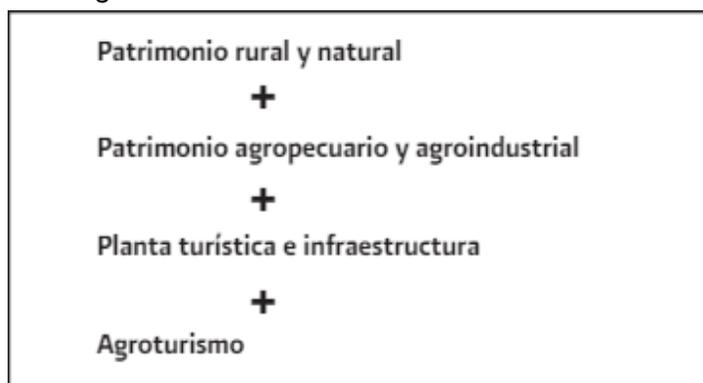
Producto agroturístico

Desde el enfoque de Riveros y Blanco (2003) presentan evidencias sobre este tema que sugieren que:

El producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resulten 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. (p. 118)

Figura 2

Conformación del producto Agroturismo



Nota. En la presente imagen se muestra como está conformado un producto agroturístico.

Tomado de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial (p. 118), por Blanco, M y Riveros, H. 2011, *Academia*, 17(49).

Los productos turísticos suelen diseñarse en función de las actividades y los temas relevantes que se da dentro del espacio turístico, con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas. De esta forma, se busca ofrecer una experiencia integral y personalizada que permita al turista aprovechar al máximo de su estadía en el lugar. Así mismo, en su investigación el autor menciona que “la conformación del producto agroturístico este adaptado a muchos de los elementos propios del turismo y los combinó con las actividades agrícolas y pecuarias” (Ordoñez, 2013, p. 52).

Conformación del producto agroturístico

Como resultado, de la indagación de este tema algunos autores destacan que la conformación del producto agroturístico debe contar con diferentes elementos y procesos, así Vallejo (2015) menciona en su estudio que:

La conformación del producto agroturístico requiere de un proceso de planificación que involucre la selección de los atractivos turísticos y servicios a ofrecer, el diseño de rutas y circuitos turísticos, la elaboración de programas de actividades y la definición de estrategias de promoción y comercialización. (p.37)

También, otro autor expone que para “La conformación del producto agroturístico implica la creación de un ambiente propicio para la convivencia y la interacción entre el turista y la comunidad local, lo que favorece el intercambio cultural y el enriquecimiento mutuo” (Díaz y Sánchez, 2017, p.62).

Patrimonio rural y natural. En cuanto el patrimonio rural el autor Valdés (2012) ha indicado que “es un conjunto de bienes y valores culturales que se han generado y transmitido en el ámbito rural y que reflejan la identidad, la memoria y las formas de vida de las comunidades rurales” (p.7).

Por otro lado, en la investigación de otro autor, explica que:

El agroturismo, a través de la valoración del patrimonio natural y cultural, puede convertirse en una herramienta para la conservación del medio ambiente y la promoción del desarrollo sostenible. El contacto con la naturaleza, la educación ambiental y la adopción de prácticas agrícolas y turísticas sostenibles son algunas de las formas en que el agroturismo puede contribuir a la protección y restauración del patrimonio natural. (Aranda et al., 2019, p.6)

Patrimonio agropecuario. Para el desarrollo del patrimonio agropecuario se consideran conocimientos que prevalecen de las costumbres heredadas y que sea reconocido por generaciones presentes, así los aportes de García et al. (2018) presenta que:

El patrimonio agropecuario incluye elementos culturales, históricos y naturales relacionados con la producción y el consumo de alimentos. Este patrimonio es fundamental para la identidad y la cohesión de las comunidades rurales, y puede proporcionar una base para el turismo sostenible y la educación ambiental. (p.9)

Sin embargo, otros investigadores determinan que el patrimonio agropecuario es un elemento de gran importancia, por eso:

Puede ser un recurso valioso para la educación y la sensibilización sobre la importancia de la agricultura sostenible. La promoción de prácticas agroecológicas y la valoración de las

variedades locales pueden ayudar a preservar la diversidad genética de los cultivos y fomentar una alimentación saludable y sostenible. (Caballero et al., 2019, p.80)

Servicios complementarios. Este tema es un factor determinante en la elección de un lugar, ya que estas actividades o servicios adicionales que se ofrecen a los turistas permiten conocer y disfrutar de una experiencia en el entorno rural. De esta manera, según lo expresado por Villegas (2019):

Los servicios complementarios son una táctica de las empresas turísticas para diferenciarse en el mercado entre la competencia, dar un valor agregado a sus servicios mejorar la satisfacción y lograr la fidelización de sus clientes, estos servicios se presentan como alternativas a los usuarios y son ofertados de forma gratuita, ya incluyen en el precio o se cobran por separado. (p. 26)

Por otra parte, tal y como sostiene Rodríguez (2019) señala que, a partir desde el punto de vista de otros autores, menciona un párrafo:

De acuerdo con Blanco (2010) esta forma de turismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar ingresos de su actividad principal en la cual se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber hacer tradicional. Como servicios complementarios, aparecen el alojamiento, la alimentación y venta de productos. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad. (p.2)

Actividades Agroturísticas. Dentro de las zonas agrícolas, existen múltiples propuestas recreativas para los turistas y que se pueden crear un panorama de oportunidades. Por ello, los autores Blanco y Riveros (2011) aseveran que las actividades agroturísticas:

consiste principalmente en recorridos por el campo e instalaciones para conocer, aprender y experimentar con las distintas tareas que ahí 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.

(p. 119)

Figura 3

Actividades Agroturísticas



Nota. En la imagen anterior se detallan las actividades que hacen parte del agroturismo.

Tomado de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial (p. 120), por Blanco, M y Riveros, H. 2011, *Academia*, 17(49.)

Segmento de turistas. Entonces, otro de los elementos para la conformación del producto agroturístico es el segmento de turistas, siendo estos un grupo que comparten características similares, intereses, comportamientos e incluso preferencias de viaje. En palabras de García (2019), “la segmentación de turistas permite a los profesionales del turismo ofrecer experiencias personalizadas y adaptadas a las necesidades y deseos de los diferentes grupos de turistas” (p.54).

También, tal como se explica en su estudio “la segmentación de turistas por edades es un enfoque común en la industria turística, ya que los turistas de diferentes edades tienen diferentes necesidades y preferencias de viaje” (González, 2021, p.78).

Posicionamiento del producto agroturístico

Es importante que, para este tema se deba implementar estrategias de marketing que permita comunicar y promocionar las ventajas y los beneficios del producto agroturístico a los turistas, para así poder diferenciarse de los demás. En línea con lo argumentado Mendoza (2020) explica que:

Las acciones principales para un posicionamiento adecuado de los productos del agroturismo de la provincia y con el objetivo de brindar un servicio de calidad, es a partir de una instrucción técnica del producto, determinando un programa de formación para el personal de contacto y encargados de diseñar los productos del agroturismo, y que esto a su vez permita la ampliación de actividades de turismo rural, tener personal capacitado que cumplan con las normas y las herramientas de las actividades que se van a realizar, es un punto clave de consolidación. (p. 121)

Pero como bien afirma otro autor “es indispensable aplicar elementos de publicidad para obtener reconocimiento y posicionamiento en el mercado ya que permitirá obtener clientes, su fidelización generando recursos para la comunidad” (Muñoz, 2018, p. 36).

Organización y Gestión de Productos Turísticos. De acuerdo con lo citado en Tirado (2017), Cávones et al. Puede afirmar que:

En el ámbito económico, algunas disfuncionalidades observadas en la articulación y gestión de productos turísticos (heterogeneidad de productos, solapamientos de marcas territoriales, ausencia de criterios de calidad comunes o falta de coordinación entre las administraciones públicas), determinan que la actividad no sea tan rentable en estos espacios. (p. 316)

Con base a la metodología para el Diseño de productos agroturísticos, los productos turísticos son una combinación compleja de elementos que involucran a actores claves del territorio, los cuales requieren organización y gestión para su desarrollo. Para lograrlo, es importante contar con reglas, comportamientos y guías que orienten las acciones de manera

específica, así como las actividades a corto plazo. Asimismo, Blanco, Araujo y Escamarrán (2019) destacan la importancia de “fortalecer la oferta turística presente a través de una mejor organización de los productos turísticos actuales y de su integración con otros productos y atractivos del área” (p. 38).

Marco Legal

La investigación de este proyecto está encaminada en diferentes Leyes, Reglamentos y Planes que serán presentadas en esta sección, tomando en cuenta como punto de inicio a la Constitución del Ecuador, Ley de Turismo y el Reglamento General de Actividades Turísticas, las mismas que aportarán al desarrollo del marco legal.

Constitución de la República del Ecuador

La Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador (2008) en la Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial No. 499, del 20 de octubre de 2008, en el Título II Derechos; capítulo segundo, Derechos del buen vivir, Sección Segunda Ambiente sano menciona que:

Art. 14: Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. En el Título II Derechos; capítulo sexto, Derechos de libertad, se presenta el:

Art. 66, numeral 27: El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

También en el Título II Derechos; capítulo séptimo, Derechos de la naturaleza argumentan que en el:

Art. 74: Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Por último, en el Título VI Régimen de Desarrollo; capítulo Quinto, Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas:

Art. 313: El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran sectores estratégicos la energía de todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua y demás que determine la ley.

Ley de Turismo

La Asamblea Nacional del Ecuador (2002) De acuerdo con la Ley de Turismo, Ley 97, Registro Oficial suplemento 733 de diciembre de 2002, en el Capítulo I Generalidades establece en su:

Art. 2: Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3: Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- c) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Mientras que en el Capítulo II De las actividades turísticas y de quienes las ejercen, explican en sus artículos:

Art. 5: Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

Art. 12: Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Reglamento General de Actividades Turísticas

Para concluir con el marco legal, se toma en consideración al Ministerio de Turismo (2011) en el Reglamento General de Actividades turísticas, Decreto Ejecutivo 3400, en su Registro Oficial 726 del 17 de diciembre del 2002, en el Título VI Del Turismo Social, destaca el:

Art. 180: Promoción. - El Ministerio de Turismo promoverá las medidas necesarias para impulsar el turismo social e interno con el objeto de que la mayoría de los habitantes del país puedan participar en los programas turísticos, a través de la formulación, coordinación, aprobación y promoción de los programas de turismo social, tomando en cuenta para tal efecto las temporadas, eventos tradicionales y folclóricos y demás circunstancias favorables.

Para cumplir con los planes y programas de turismo social que el Ministerio de Turismo ejecute, otorgará subvenciones y se podrá utilizar la planta turística de su propiedad con tarifas especiales.

Marco Metodológico

Enfoque de la investigación

El proceso de la investigación tendrá un enfoque mixto, conforme a Hernández, Fernández y Baptista (2017) esclarecen que “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p. 532).

En este sentido, el enfoque cualitativo a través de la observación, interacción humana y la aplicación de técnicas de recopilación de datos como entrevistas, permitirá identificar características dentro de la hacienda Alison. Mientras que, el enfoque cuantitativo se basa en el análisis que proporcionan los datos y fuentes de información como son las encuestas, que permitirá obtener valores significativos sobre la percepción y el interés del objeto de estudio.

Modalidad de investigación

La presente investigación efectuará las modalidades básicas que hacen referente a la investigación bibliográfica y la investigación de campo, ya que se tendrá contacto de forma directa con la organización social, los mismos que facilitarán información para sustentar el

presente trabajo y también se respaldará la información conceptual y teórica mediante fuentes bibliográficas. (Fernández, Baptista, y Hernández, 2014)

Investigación Bibliográfica. Esta modalidad de investigación se empleará con el propósito de obtener información de fuentes bibliográficas sobre el potencial turístico y productos agroturísticos que aporten al proceso investigativo y respalden mediante documentos, libros, revistas, tesis u otras investigaciones e incluso información que sean facilitadas por las entidades de públicas con la finalidad de fundamentar teóricamente el estudio de este proyecto.

Investigación de Campo. La investigación de campo, “tiene como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio” (Baena, 2014, p.70). Para obtener información necesaria se van a desarrollar visitas in situ a la hacienda “Alison” del cantón Toacaso, provincia de Cotopaxi, conociendo así el estado en que se encuentra y determinando su potencial mediante la recolección de datos a través de entrevistas, aplicadas a la organización social de la hacienda para obtener información necesaria en el desarrollo de la investigación.

Método de investigación

El método deductivo toma conclusiones generales para obtener definiciones particulares, es así que la investigación opta por este método para presentar una interpretación correcta de la evaluación y análisis de los datos reunidos a partir de las características de las variables. De esta manera evidenciar que la hacienda “Alison” posee vocación territorial para el diseño de un producto agroturístico.

Fuentes de recopilación de información y análisis de datos

Con respecto al apartado, se tomó en consideración fuentes primarias para obtener información por parte de la organización social dentro de la hacienda Alison, lo cual permitirá extraer características relevantes y verídicas para el registro de fichas de inventario de los atractivos turísticos del Ministerio de Turismo. Igualmente se recopilará información de fuentes

secundarias que den sustento a la presente investigación, obtenidas de libros, artículos científicos, documentos oficiales de instituciones públicas e informes técnicos, como el Centro de Capacitación Turística (CICATUR), Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT), Plan de Turismo de la parroquia Toacaso.

Técnicas de recopilación de información

Según Bernal (2010) menciona que existe una:

gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información en el trabajo de campo de una determinada investigación. De acuerdo con el método y el tipo de investigación que se va a realizar, se utilizan unas u otras técnicas. (p.192)

Observación: En primera instancia, se tiene la observación como técnica de recopilación del proceso investigativo, siendo apoyo fundamental del investigador para obtener un acercamiento a la realidad del objeto de estudio.

Entrevista: para profundizar en esta técnica se utiliza la técnica de la entrevista basada en un diálogo o conversación cara a cara con la organización social para conocer características del territorio, las dimensiones socioculturales, económica y político - institucional, permitiendo aportar información precisa en cuanto a las particularidades del lugar receptor. Se aplicó una entrevista abierta al administrador de la hacienda compuestas por 15 preguntas como se puede ver en el Anexo 2, ya que, de esta manera se ha obtenido información para identificar los recursos que dispone la hacienda.

Encuesta: Mientras tanto, para determinar las oportunidades y proyectar estrategias dentro de la hacienda "Alison", se aplicará una encuesta siendo este un instrumento que da a conocer la percepción o el interés del consumidor. Para sintetizar los datos de la investigación se incorpora un formato en una hoja de Excel, donde se registran los datos de los encuestados, dando valores y que se puedan interpretar los resultados. La encuesta es aplicada a los visitantes de la parroquia de Toacazo la cual se ha estructurado por 14 preguntas con respuestas de opción múltiple.

Instrumentos para la recopilación de información

Ficha de levantamiento de información para jerarquización de Atractivos: Mediante este instrumento se aplica la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (2017), ya que este documento permite identificar el potencial turística que tiene la hacienda “Alison” la que permitirá identificar, clasificar (categoría, tipo y subtipo) y valorar la jerarquía de los cinco niveles correspondiente de los atractivos que presentan las mejores condiciones o criterios.

- Accesibilidad y conectividad
- Planta turística y servicios
- Estado de conservación e integración sitio/ entorno
- Higiene y seguridad turística
- Políticas y regulaciones
- Actividades que se practican en el atractivo
- Difusión del atractivo
- Tipo de visitantes y afluencia
- Recurso humano.

Metodología de la propuesta

Para el análisis del potencial turístico de un territorio se ha tomado en cuenta la metodología de Blanco, Araujo y Escamarrán (2019) proponiendo en la parte del diagnóstico los siguientes pasos:

- a) Caracterizar el territorio
- b) Analizar la oferta
- c) Realizar un análisis FODA
- c) Inventariar los atractivos turísticos
- e) Analizar la demanda

En cuanto a cada uno de los pasos, primero se realizará observación, entrevistas, el uso de las fichas de inventario de atractivos turísticos, encuesta y la matriz FODA, la cual permitirá determinar las estrategias considerando los factores internos (Fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas), obtenidos del análisis de cada resultado. Con respecto a la metodología que se utilizará para el diseño de un producto

turístico, se atribuye a Blanco, Araujo y Escamarrán (2019), detallándose de la siguiente manera:

- a) Revisión de los principios básicos para identificar productos turísticos
- b) Diseño del portafolio de productos
- c) Organización y gestión de productos turísticos

Así también se manejará la misma Metodología a Blanco, Araujo y Escamarrán (2019) permite proponer la modelación de negocios con la herramienta Canva que permite orientar los aspectos clave del negocio agroturístico que se puede dar en la hacienda, contando con los siguientes bloques:

- a) Bloque 1: Clientes
- b) Bloque 2: Propuesta de valor
- c) Bloque 3: Canales
- d) Bloque 4: Relación con clientes
- e) Bloque 5: Fuentes de ingresos
- f) Bloque 6: Recursos claves
- g) Bloque 7: Actividades claves
- h) Bloque 8: Socios
- i) Bloque 9: Estructura de costos

Cabe recalcar que los pasos serán una base para la elaboración de la propuesta, resultado de la investigación que se irá direccionado a la actividad agroturística y de acuerdo al análisis de su potencial.

Capítulo II

Diagnóstico para el potencial turístico

Con el objeto, de abordar sobre el diagnóstico del potencial turístico de la hacienda “Alison” se requiere evaluar y conocer los aspectos de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la hacienda, mediante la metodología para la evaluación del potencial turístico de un territorio de Blanco, Araujo y Escamarrán donde se pretende identificar su potencial a través de la técnica de la entrevista que permitirán tomar decisiones acerca de las futuras estrategias y definir el tipo de actividad turística que puedan ofertar como una fuente de ingreso económico adicional de las actividades primarias de la hacienda, mediante la caracterización del territorio, el inventario de atractivos turísticos, el análisis de la oferta, la demanda y realizar un análisis Foda.

Caracterización del territorio

En torno al primer paso, para caracterizar el territorio se lo realizará mediante un enfoque del análisis multidimensional de la hacienda, subdividiéndose en cuatro dimensiones básicas: sociocultural, económica, ambiental y político-institucional, para así obtener una visión general y que orienten el proceso de investigación.

Dimensión sociocultural

Para este respecto, la dimensión sociocultural está formada por características sociales, económicas, religiosas y culturales que se dan dentro de una sociedad, organización o comunidad, considerando sus formas de operar dentro de la organización, su participación, sus valores, costumbres y toma de decisiones. Por ello fue necesario, indagar ciertos temas como:

Historia. En la parroquia de Toacaso, cerca de la comunidad de San Francisco se encuentra situada La hacienda “Alison” la cual cuenta con 104 hectáreas en total, la hacienda está rodeada por la flora y fauna andina y se sitúa cerca de las faldas occidentales del majestuoso nevado Los Ilinizas. De acuerdo a los recuerdos compartidos por su hijo, el señor

Rodrigo Ovidio Chacón Soria junto con su esposa Elsa María Josefina Paredes Paredes partieron desde cero como trabajadores humildes que luchaban diariamente por su sustento.

A lo largo de los años, por 1965 lograron adquirir una pequeña propiedad de 8 hectáreas, donde construyeron una choza para vivir junto a sus primeros hijos. Con el tiempo, compraron dos hectáreas más al señor Lucho Soria y, posteriormente entre 1986 a 1988, adquirieron otra propiedad. En su propiedad ubicada en Toacaso, ordeñaba y cortaban hierva para alimentar a su ganado, además de darles plátano, para luego vender la producción de leche a pequeños comerciantes. Finalmente, en 1992 instalaron un equipo de ordeño mecánico en la hacienda “Alison” y con el tiempo lograron mantener la hacienda mediante la ganadería.

Figura 4

Propiedad de la hacienda “Alison”



Nota. La figura representa como la propiedad se encuentra en la actualidad, con amplias extensiones de tierra y una vista espectacular.

Además, se destaca que el señor Chacón se dedicaba principalmente al comercio de ganado, comprando ganado los miércoles y buscando compradores los jueves en Saquisilí. Sin embargo, posteriormente se adentró en la agricultura, empezando a producir papas en su

hacienda y venderlas en la feria de Saquisilí, aunque su mayor éxito lo encontró en este campo.

En efecto, conforme a las escrituras el 9 de octubre del 2012, ante el Notario Primero Suplente Dr. Carlos Estuardo Vásconez Mejía queda inscrita la propiedad denominada el SUNFO, con una superficie de 64 hectáreas con 2.700 m². Después, el 15 de noviembre del mismo año también queda evidenciado los siguientes inmuebles, primero la propiedad denominada SAN FRANCISCO, compuesta por 18 hectáreas. Con relación al segundo inmueble inscrito en la misma fecha, no está registrado con ninguna denominación, pero cuenta una superficie de 10 hectáreas. Al mismo tiempo, el señor Chacón y la señora Paredes, también inscriben legalmente el inmueble conocido con el nombre de PREÑADO BAJO compuesta por 12 hectáreas, todos estos inmobiliarios se encuentran ubicados en la misma parroquia de Toacaso. Actualmente, las propiedades son la herencia de los hijos el señor Chacón, en favor de los hermanos; Paul Rodrigo Chacón Paredes, norma Guillermina Chacón Paredes, Mercedes Patricia Chacón Paredes y Milton Iván Chacón Paredes.

Estructura y procesos demográficos. Realizado un acercamiento más en la hacienda, en la vivienda principal se encuentra el Señor Luis Chacón, es decir, el propietario quien habita en una casa de una planta, donde dirige a sus empleados de confianza para realizar las actividades del día. Actualmente la hacienda se encuentra estructurada de la siguiente manera.

Tabla 1

Estructura y procesos demográficos de la hacienda "Alison"

Personas que habitan en la hacienda	En este tiempo habitan alrededor de 11 o 12 personas: Existen siete trabajadores que ayudan con la agricultura y la ganadería. dos peones o trabajadores agrícolas asalariados,
--	---

	la familia del hacendado que está compuesta por dos personas un tractorista, pero en épocas de siembra se tiene más o menos a 15 personas.
Distribución por genero	tres mujeres que ayudan con el ordeño y las labores del hogar dos hombres para la extracción de la leche dos hombres que son trabajadores eventuales ya que se les paga por tarea realizada cuatro hombres trabajadores rurales indígenas que ayudan en el trabajo agrícola.
Grupo etario	Existen dos personas que pertenecen a un grupo etario entre los 20 y 30 años que son de otra comunidad.
La distribución espacial de la hacienda	Se encuentra en el área rural de la comunidad de San Francisco y sus alrededores.
Grupos étnicos	Se encuentran dos grupos étnicos: ocho personas mestizas tres personas indígenas
Nivel de educación	El hacendado y su esposa tiene una educación superior. cuatro personas se mantienen con la educación primaria. cinco personas aun no terminan el bachillerato.
Nivel de pobreza	como el propietario lo menciona no existe, porque tienen una actividad agropecuaria que le ayudan a mantener en pie sus labores y su actividad económica, además, los trabajadores agrícolas asalariados no arriendan la tierra, la vivienda ni equipos que utilizan, pero ganan su jornal.
Procesos de envejecimiento	en el grupo de los procesos de envejecimiento solo se encuentra una persona, el papá del hacendado.

Nota. Esta tabla hace referencia a los procesos demográficos y sus características generales que tiene la hacienda “Alison”.

Ingresos. La principal actividad económica que se realiza en la hacienda “Alison” es la actividad agrícola y ganadera, es decir, que a partir del manejo de técnicas relacionadas con el

tratamiento del suelo para la siembra de forraje para las vacas y el cultivo de la papa la hacienda mantienen su fuente de ingreso gracias a la venta de la papa en las ferias, en cuanto una de sus actividades cotidianas es la ganadería, donde solo se aprovecha el ordeñar las vacas para obtener la leche y vender en la compañía Alpina Productos Alimenticios S.A.

Cultura y tradiciones. La hacienda se dedica a la actividad por tradición de la agricultura y ordeño de ganadería realizando los procesos para el cultivo, cosecha y elaboración para la venta en ferias, en cuanto a sus tradiciones se realizan festividades el 4 de octubre en honor a Santo San Francisco donde celebran practicando el deporte reconocido como el Vóley. Además, la gastronomía típica se elabora en base a los productos que se cultivan en la hacienda, entre las delicias que preparan se puede disfrutar de la gastronomía típica y ancestral como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2

Tipos de Gastronomía en la comunidad de San Francisco

Gastronomía Típica	Gastronomía Ancestral
“Caldo de gallinas	“Runahucho (cuy asado con mote y papas en un plato de barro y colada de haba)
Yahuarlocro de borrego	Cariucho: preparado con papas, maní, ají y
Papas con cuy o mote con fritada	cuy o carne de res)” ^b
Chicha	
Papas con habas	
Choclo	
Queso y huevo “ ^a	

Nota. La tabla muestra los diferentes tipos de gastronomía típica y ancestral de la comunidad de San Francisco. Tomado de ^aPincha (2019, p.149). ^bRobles (2019, p. 31).

Al mismo tiempo, la comunidad de San Francisco realizan diferentes festividades donde realizan prácticas de compadrazgo y priostazgo, donde se señala la importancia que recae sobre el prioste ya que es el encargado de patrocinar fiestas y también de redistribución de las riquezas mediante actos de reciprocidad, Mientras tanto, el compadrazgo es el intercambio entre parientes de sangre y parientes políticos, así como también entre parientes rituales, estos son practicados entre los miembros de la comunidad.

En cuanto, a los matrimonios anteriormente esta fiesta duraba tres o cuatro días y pueden asistir todas las personas que deseen, donde barrían la casa y se lanzaba caramelos a las paredes para que recojan los invitados, actualmente realizan el *atuk* (celebran la fiesta matrimonial comiendo borrego y se lo prepara en forma de caldo con papas), incluso se prepara la pamba mesa que es prácticamente tender en el suelo o debajo de un manto toda la comida que llevan los invitados. (Moya, 2010)

Conflictos sociales. Es importante destacar que para la hacienda “Alison” la agricultura es considerada una de las principales actividades económicas por medio del cultivo de la papa, y en relación a los conflictos sociales se detallan mejor mediante la siguiente tabla.

Tabla 3

Conflictos sociales internos y externos de la hacienda “Alison”

Conflictos sociales internos	Conflictos sociales externos
Conforme a la llegada de las cosechas el propietario menciona que es un reto poder vender el producto ya que los precios comenzaron a bajar desde el mes de marzo del 2022, con meses en los que el precio del quintal de papa ha estado por debajo del precio habitual, en consecuencia, no permiten cubrir los costos de producción también existen temporadas donde producen una sobreproducción del producto sin tener en cuenta los precios bajos	La organización intenta buscar nuevos canales y alternativas industriales para vender el producto, por tal situación el comportamiento cíclico de los precios del producto de la papa. Existen variaciones anuales en los precios generando una inestabilidad e inseguridad en las actividades de los productores.

Nota. Esta tabla indica los conflictos sociales que afronta la hacienda en cuanto a la producción de papas.

Actitud de la hacienda hacia el turismo. El turismo es una industria en constante desarrollo que requiere de organización, desarrollo de la oferta turística y accesibilidad óptima. Es así como en la hacienda “Alison”, el turismo no ha tenido un impacto significativo debido a la falta de servicios para atender a los turistas y la falta de conocimiento sobre la actividad turística. Sin embargo, el propietario reconoce los beneficios potenciales del turismo para la

hacienda y sus residentes. La actividad turística puede el intercambio de la cultura agropecuaria, mejorar la calidad de vida, revitalizar las tradiciones de la comunidad, mejorar la imagen y diversificar la economía de la hacienda. Por tanto, la actitud hacia el turismo es favorable, ya que se busca lograr un desarrollo armonioso donde se aprovecharán mejor los recursos disponibles en la hacienda.

Dimensión económica

Por consiguiente, luego de haber abordado lo anterior, ahora se analizará la dimensión económica la cual permite determinar el desempeño de la organización, la capacidad productiva y el desarrollo económico de la hacienda, es así como se detallan algunos de los temas investigados:

Actividades económicas y Mano de obra. Notablemente, en la actualidad cuya base productiva a la que se dedica la hacienda es al sector primario, direccionados a las principales actividades de la agricultura y ganadería, siendo una de las actividades de vital importancia para su solvencia económica, en particular en las zonas rurales de Toacaso los pobladores dependen directamente de la agricultura para el sustento diario conjuntamente con sus trabajadores.

En cuanto a los trabajadores y su contribución en la hacienda, constituyen un papel importante a la hora de trabajar en el campo, sucede pues, que los trabajadores agrícolas asalariados trabajan por quincena en el cultivo de la papa y en las unidades ganaderas, por lo que se refiere a que no poseen ni arriendan las tierras en las que trabajan, ni las herramientas que utilizan a la hora de trabajar, además el trabajo fluctúa según la temporada lo cual también conlleva a la contratación de trabajadores eventuales para realizar trabajos solo por un periodo de tiempo o por jornal.

Así pues, los trabajadores agrícolas asalariados preservan sus conocimientos y técnicas laborales como; el manejo del suelo, manejo del agua de riego, construcción de zanjas, cuidado y extracción de leche, todos estos procesos son parte del sistema "Huacho rozado",

eso quiere decir que, es un sistema precolombino de labranza reducida y cobertura que se aplica en el cultivo de papa y se da de acuerdo con el conocimiento tradicional que han heredado y recreado de padres a hijos por generaciones. De esta manera se mantienen los intereses comunes para el desarrollo de esta actividad económica que sustenta a la hacienda.

Tipo de empresa. Para la categorización de la hacienda, se tiene presente que el eje principal de su actividad económica es la agricultura y la ganadería, por ende, la hacienda es una microempresa agraria considerando que dentro del ámbito empresarial existe un menor número de trabajadores, incluso, está constituido por una única autoridad o propietario. En cuanto al tema agrario, la microempresa ejecuta simultáneamente diversos procesos productivos ya que es la única forma de utilizar toda la capacidad productiva existente (tierra, mano de obra y capital).

Acceso a mercados. En cuanto al acceso de mercado de la hacienda, se cran diferentes formas de comercialización de sus productos (papa y extracción de leche), es por eso, que en la tabla 4 se conocerá mejor este aspecto de acuerdo a cada producto.

Tabla 4

Acceso a mercados de los productos principales de la hacienda "Alison"

Producto: Papa	Producto: Extracción de leche
En el caso particular de la papa esta direccionado al mercado local, ya que existen compradores que requieren del producto y se procede con el debido proceso para su venta. No obstante, también el propietario brinda la facilidad de realizar un contrato de anticresis, mediante el cual el dueño de la hacienda permite al solicitante una cierta parte de la propiedad para el cultivo de la papa, hasta que el solicitante cumpla con lo debido contrato.	El mercado doméstico de leche tiene importancia desde el punto de vista de la eficiencia y solvencia que facilitan los establecimientos que acopian un gran porcentaje de la producción, ello debido a la dificultad de acceder a otras zonas de producción a nivel local, por ello, la hacienda comercializa la leche a nivel regional a la compañía Alpina Productos Alimenticios S.A.

Nota. La tabla anterior muestra diferentes accesos de mercado en relación al producto agrícola (papa) mientras que el producto ganadero solo mantiene un acceso.

Tecnología. En un inicio, la hacienda contaba con técnicas manuales para ordeñar las vacas, requiriendo de tres técnicas donde podemos incluir; método llamado a mano o a puño, método a pellizco, y por último, el método a pulgar, siendo todos estos métodos característicos ya que son llevadas a cabo por el hombre, actualmente, gracias a las innovaciones el propietario y sus trabajadores realizan la extracción de leche de ubre por medio de máquinas que funcionan simulando la extracción del becerro mediante la aplicación de vacío, el equipo que se utiliza es el ordeño mecánico fijo, considerando que está ubicado de forma fija en la sala de ordeño y gracias a su eficiencia el sistema de ordeño directo que permite que la leche llegue a un recipiente.

Figura 5

Maquinaria que la hacienda “Alison” ocupa para la extracción de leche



Nota. La figura representa la maquinaria (ordeño mecánico) que los trabajadores de la hacienda ocupan todos los días para la extracción y el almacenamiento de la leche.

Con respecto a, las innovaciones en la agricultura implementadas en la hacienda, cabe destacar que se ha optado por la práctica agroecológica para el mantenimiento del suelo antes de la siembra. Esta práctica implica la apertura de surcos y la remoción del suelo mediante el uso de una yunta con una estructura de arado montado. No obstante, en la actualidad, la

hacienda realiza labranza utilizando una máquina agrícola conocida como “arado o tractor”, que se encarga de arar la tierra y de moler las capas del suelo, a fin de eliminar las malas hierbas.

Dimensión ambiental

Por otra parte, con el fin de analizar la dimensión ambiental en su totalidad, es fundamental tener en cuenta diferentes aspectos naturales, como el suelo, la flora y la fauna, así como el valor paisajístico y el desarrollo armónico entre la diversidad de ecosistemas en relación con el ser humano y su entorno en la hacienda. Por lo tanto, para profundizar en esta dimensión, se requirió investigar los siguientes aspectos:

Ubicación geográfica. La hacienda “Alison” se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, en el cantón Latacunga, dentro de la parroquia de Toacaso, delimitado dentro de los siguientes linderos:

- Norte: Con el río la Providencia y zanja que divide la propiedad de la cooperativa Cotopilaló,
- Sur: Quebrada Guaguahuco
- Oriente: propiedades de Gonzalo Anguisaca, Alejandro Vargas y otros
- Occidente: Propiedad de Alejandro Vargas

Figura 6

Ubicación de la hacienda “Alison”



Nota. La figura es la ubicación exacta de la Hacienda “Alison”. Tomado de la aplicación de Google Eart. (s.f)

Con relación, al rango altitudinal de la hacienda se utilizó la aplicación digital “Altímetro” que permite medir la presión atmosférica del aire, debido a eso, como la presión atmosférica desciende con la altitud es posible conocer la altitud a la se encuentra la hacienda, encontrándose a los 3.602 m.s.n.m.

Superficie del territorio y uso de suelo. Como se mencionó anteriormente, la hacienda cuenta con una extensión de 104 hectáreas, de las cuales solo 10 hectáreas están destinadas a las áreas de bosques nativos de pinos. En cuanto a el área de uso agrícola, estas representan entre 20 y 25 hectáreas donde predominan los cultivos de papa y 15 hectáreas son destinadas para la actividad ganadera para la extracción de leche. El resto de la superficie está conformada por áreas verdes que se planean utilizar para actividades que ayuden a la diversificación económica de la hacienda. Cabe destacar que la precipitación oscila entre los 500 a 750 mililitros anuales.

Clima. Es importante enfatizar que la hacienda se encuentra ubicada en la parroquia de Toacaso, la cual se caracteriza por presentar pocas variaciones debido a que la altitud, la influencia de los vientos cálidos del trópico y la proximidad que existe del nevado los Ilinizas, se refleja una temperatura que oscila entre los 6 °C a 12 °C.

Flora y fauna. Se ha verificado, que en la hacienda existen diferentes especies de flora y fauna a pesar del ambiente climático del territorio, de las cuales se mencionarán en la tabla a continuación.

Tabla 5

Flora y fauna que se encuentra dentro de la hacienda “Alison”

	Flora		Fauna
Musgos	Sunfo o sunfillo	Gavilanes	Vacas
Líquenes	Quishuar	Conejos	Mirlos negros
Paja	Arrayan	Lobos	Gallinas
Achupallas	áreas destinadas al	Cabras	
Pinos	sembrío de papas		

Nota. Con relación a la tabla anterior, se menciona la existencia de especies de flora y fauna en la hacienda “Alison”

Recursos hídricos. En cuanto a las áreas de cuerpos de agua existen en la hacienda, se encuentran; arroyos y riachuelos que abarcan cuerpos de agua más pequeños, estos fluyen por encima del suelo, así mismo, se encuentra la cascada y el río “Jatun cama”. En cambio, algunos de los recursos hídricos que encuentran cercanos a la hacienda, se destacan; la Quebrada el Sunfo y el río la Providencia.

Situación ambiental. Con relación a este tema, el Plan de turismo de la parroquia Toacaso pretenden realizar una actividad conocida como interpretación ambiental, donde: tomando en consideración el potencial turístico y ambiental disponible y que se debe ofertar a través de alianzas estratégicas con instituciones educativas primarias, secundarias y de nivel superior. Es así, como esta actividad se centra en dar a conocer el ciclo del agua, la preservación de los bosques y paramos, la restauración forestal y la creación de nuevos micro climas con forestación y reforestación de plantas nativas. (Herrera, 2018, p. 49)

Sin embargo, esta actividad de interpretación ambiental no se desarrolla en la comunidad de San Francisco, e incluso, tampoco se toma en consideración a los emprendimientos agropecuarios, que sería una gran alianza estratégica para desarrollar nuevos conocimientos.

Igualmente, en el estudio del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi 2025 menciona en su matriz de problemas y potencialidades de los componentes biofísicos ambiental que:

33% de la superficie provincial son suelos de textura media es decir los que ofrecen las mejores condiciones para la actividad agropecuaria. 12% del territorio provincial corresponde a suelos tipo molisol, considerados como suelos fértiles con altos contenidos de nutrientes, se encuentran sobre todo en las parroquias de Belisario

Quevedo, Mulliquindil Santa Ana, San Miguel de Salcedo, Antonio José de Olgún u Mulalillo; y en sectores de las parroquias de Toacaso, Pujilí, Cusubamba, Poaló, Angamarca y Sigchos (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2018, p. 42).

De acuerdo a esta información proporcionada es probable que los suelos de la parroquia de Toacaso en especial los de la comunidad de San Francisco permitan su uso para realizar sus cultivos agrícolas debido a su rico contenido de materia orgánica y nutrientes, pero así mismo, existe la posibilidad de deterioro estructural lo que puede ocasionar estructuras frágiles en los suelos y por ende, es necesario desarrollar las actividades agropecuarias bajo cuidadosas medidas mediante prácticas adecuadas del uso del suelo, por este motivo las juntas parroquiales impulsan programas y proyectos de manejo sustentable de recursos naturales y recuperación de ecosistemas frágiles, siendo favorable para las comunidades de la parroquia.

Paisaje. La hacienda “Alison” es un lugar que destaca por su diversidad natural y cultural, ya que ofrece una belleza escénica única gracias a su cercanía con el nevado los Ilinizas. Aquí, los visitantes pueden disfrutar de impresionantes atardeceres y una amplia variedad de especies de flora y fauna que, a pesar del frío inhóspito, crecen con fuerza y llaman la atención, recordando que todo esto es parte del callejón interandino. Además, la hacienda es ideal para realizar caminatas y aclimatación antes de ascender a los Ilinizas, lo que hace de ella un lugar perfecto para los aventureros en busca de adrenalina. Asimismo, este lugar podría servir como refugio para los visitantes que buscan un lugar para descansar.

Figura 7

Paisaje de la hacienda “Alison”



Nota. La figura anterior representa al nevado Ilinizas Sur que se puede ver desde la hacienda.

Resulta relevante enfatizar que, la hacienda al tener una gran extensión de terreno brinda acceso para carros, sin embargo, para recorrer sus alrededores es necesario cabalgar o incluso andar en bicicleta, durante estos trayectos, también se puede disfrutar de los paisajes del bosque nativo de los pinos, incluso se visitaría las faltas del nevado los Ilinizas que sin duda es uno de sus mejores atractivos.

Dimensión político – institucional

Ahora bien, para la dimensión político – institucional es importante investigar datos relevantes sobre la toma de decisiones en el territorio, la forma de organización que se tiene y las iniciativas que se han implementado para el desarrollo que la hacienda. Con el objetivo de obtener una visión más completa sobre este aspecto, se han indagado los siguientes puntos:

Grupos de interés y Políticas públicas. En cuanto al análisis de los actores involucrados en el desarrollo territorial, es importante mencionar que en la parroquia de Toacaso elaboraron un Plan de Turismo por parte del Gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, con el fin de identificar los lugares turísticos disponibles. Sin embargo, se

observa una participación y compromiso mínimo por parte de la comunidad San Francisco en relación con las iniciativas territoriales y turísticas. Es por esto que los emprendimientos agropecuarios se mantienen distantes ante proyectos que no beneficien sus actividades.

Es interesante notar que, debido a la crisis económica que enfrenta el país y la pandemia del Covid-19, las políticas públicas del gobierno para apoyar al sector primario son insuficientes. Los productores de papa en el país se enfrentan a una situación grave debido a los bajos precios por la sobreoferta de este producto. Ante esta situación, la hacienda necesita implementar nuevas estrategias para mantener su solvencia económica, considerando al turismo como una posible vía para su desarrollo.

Iniciativas en operación y planificadas. Por otra parte, el Plan de turismo ha dado lugar a la implementación de nuevas iniciativas para productos turísticos alternativos, lo que a su vez ha mejorado las alianzas estratégicas entre las comunidades, operadoras y agencias de viajes. Estas alianzas no solo promocionarán las potencialidades de la parroquia, sino que también beneficiarán a la hacienda “Alison”.

Inventario de atractivos turísticos del territorio

Es importante señalar, que el desarrollo del inventario de atractivos turísticos tiene como objetivo conocer, verificar y valorar los recursos que posee la hacienda “Alison” e identificar los atractivos turísticos cercanos más importantes para diseñar estrategias y generar nuevas demandas en la parroquia de Toacaso. Con este fin, fue necesario elaborar un inventario de los recursos internos de la hacienda y para identificar, clasificar y valorar los atractivos externos se empleó la “Metodología para Jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en Ecuador” considerando a los atractivos que presenten las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos, sin embargo, aquellos atractivos que no alcancen un porcentaje mínimo serán considerados como recursos turísticos.

Es interesante notar que, para la Jerarquización de los atractivos turísticos, es esencial conocer los rangos de los puntajes obtenidos en la matriz de resultados, ya que estos rangos

se enmarcan dentro del nivel de jerarquía que va desde la escala I a la IV, así como se muestra en la Figura 7.

Figura 8

Jerarquización de los Atractivos turísticos

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

Nota. Proceso de revisión de jerarquías en la evaluación de atractivos turístico. Tomado de. Ministerio de Turismo de Ecuador (2018)

Asimismo, es importante resaltar que la información se recopiló en dos fases:

Fase I: se realizó el levantamiento y registro de atractivos turísticos utilizando las fichas para el levantamiento de atractivos turísticos (Nevado Los Ilinizas, Cascada San Francisco y Iglesia Parroquial) que se encuentra en el Anexo 3.

Fase II: Ponderación y jerarquización de los datos recopilados utilizando una ficha de inventario valorada que se presentan en la Tabla 6. Estas ponderaciones permitieron obtener una valoración objetiva simétrica de los atractivos turísticos en términos de su atraktividad y potencial para generar una demanda turística. Cada uno de estos criterios mencionados anteriormente se asignarán un factor de ponderación, que se detallan a continuación según la metodología utilizada.

Tabla 6*Ponderación de criterios para los atractivos naturales y culturales*

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
A Accesibilidad y Conectividad	Comtempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con algunas discapacidad; además, se hacer referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/ tiempo, así tambien la conectividad tecnológica.	18
B Planta Turística y Complementarios	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18
C Estado de conservación e integración atractivo/ entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14
D Higiene y Seguridad Turística	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, precencia de actos vandálicos, limpieza 10e iluminación del atractivo.	14
E Políticas y Regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
F Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9
G Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7
H Registro de visitantes y afluencia	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5
I Recurso Humano	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL		100

Nota. Esta tabla representa las ponderación de criterios en base a la matriz de Holmes o matriz de ponderación a travez de los criterios relacionados con los atributos minimos que debe tener un atractivo para desarrollarse turísticamente. Tomado de Ministerio de Turismo de Ecuador (2018)

Después de identificar las ponderaciones de los diferentes criterios de valoración para los atractivos turísticos evaluados (Nevado Los Ilinizas, Cascada San Francisco y Iglesia Parroquial), se presentan los resultados en la Tabla 7 con el fin de comprender y determinar las condiciones actuales de cada uno de ellos. Partiendo de los los atractivos que presentan mejor condición turística de la parroquia de Toacaso, y se podrán utilizar como puntos de partida para el diseño de una ruta agroturística en conjunto con la hacienda Alison.

Tabla 7

Resultados de la evaluación técnica de cada uno de los atractivos

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
Criterios de valoración	Resultados Nevado los ilinizas	Resultados Cascada san frnacisco	Resultados iglesia parroquial de toacazo
A Accesibilidad y Conectividad	8,5	7	10
B Planta Turística y Complementarios	14,7	9,6	10,2
C Estado de conservación e integración atractivo/ entorno	10	10	10
D Higiene y Seguridad Turística	10,6	4,6	9,2
E Políticas y Regulaciones	6	6	6
F Actividades que se practican en el atractivo	3	3	9
G Difusión del atractivo	5	0	0
H Registro de visitantes y afluencia	5	0	0
I Recurso Humano	5	0	1
TOTAL	67,8	40,2	55,4
JERARQUÍA	III	II	II

Nota. En la tabla anterior se identifican las jerarquías asignadas a cada atractivo turístico evaluado, basada en su capacidad para motivar al turismo y presentar rasgos excepcionales (Jerarquía III) o llamativos (Jerarquía II).

Una vez obtenido los resultados de la matriz de priorización de la evaluación técnica, se encontró que el atractivo Nevado Los Ilinizas tiene las ponderaciones más altas en los siguientes criterios del índice de Competitividad; B (Planta Turística y complementarios), C (Estado de conservación e integración atractivo/ entorno) y D (Higiene y Seguridad Turística), mientras que las ponderaciones más bajas se encuentran en los criterios; A (Accesibilidad y conectividad), E (Políticas y regulaciones), y F (Actividades que se practican en el atractivo).

En cuanto a los criterios relacionados con la demanda, se encontró que los puntajes medios se mantienen en los en los criterios del literal G (Difusión del atractivo), H (Registro de visitantes y afluencia) y el literal I (Recurso Humano). De esta manera, el atractivo se encuentra en el rango entre los 61 – 85 puntos, ubicándose en la jerarquía III. Se considera que este atractivo presenta condiciones adecuadas para su desarrollo turístico y tiene rasgos excepcionales capaces de motivar a turistas o extranjeros.

Por otra parte, el atractivo de la Cascada San Francisco tiene las ponderaciones más altas en los criterios de competitividad; B (Planta Turística y Complementarios), C (Estado de conservación e integración) , A (Accesibilidad y Conectividad) y en el criterio E (Políticas y Regulaciones). Sin embargo, las ponderaciones más bajas se encuentran en los siguientes criterios, de los literales D (Higiene y Seguridad Turística) y F (Actividades que se practican en el atractivo). Con respecto a los criterios de la demanda, se encontró que las ponderaciones más altas se registraron en el literal G (Difusión del atractivo) y en el literal I (Recurso Humano). En cuanto que la ponderación más baja se encuentra en el literal H (Registro de visitantes y afluencia). Es así como el atractivo está entre los rangos de 36 – 60 puntos, con una jerarquía II que tiene rasgos llamativos y condiciones básicas para generar productos turísticos.

En el caso del atractivo cultural de la Iglesia parroquial de Toacazo, se evidenció que las ponderaciones más altas en los criterios de competitividad de los literales; A, B, C, D y F. En cambio las ponderaciones más bajas se encuentran en el literal E. En relación a los criterios

de demanda, se determinó que la ponderación mas alta está en el literal I, en cambio en los literales G y H obtuvieron las ponderaciones mas baja. De igual manera, este atractivo se encuentra en la jerarquía II y que es capaz de interesar a los turistas que quieran conocer más sobre su historia, ya que la iglesia parroquial de Toacaso es una muestra de la arquitectura y la cultura religiosa de la región.

Tabla 8

Recursos turísticos de la hacienda “Alison”

Recursos Turísticos				
Nombre del recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Actividad
Bosque de Pinos	Natural	Bosque	Páramo	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Trekking • Observación de flora y fauna • Pesca en estanques
Valle el Zunfo	Natural	Planicies	Valle	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña • Paseos a caballo
Casa – hacienda	Cultural	Folcklore	Artesanías y artes	<ul style="list-style-type: none"> • Camping • Mirador • Historia del lugar • Exhibición y alquiler de equipos de montura • Realización de artesanías de maderas
Zona de hierbas medicinales	Cultural	Folcklore	Medicina ancestral	<ul style="list-style-type: none"> • Explicaciones • Usos medicinales
Huerto ecológico	Cultural	Técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas para abono del suelo • Uso del agua • Tipos de vegetales y hortalizas
Siembra de papas	Cultural	Técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas para abono del suelo • Tipos de Arado • Técnicas para la conservación del suelo • Tipo de papa a utilizar

Recursos Turísticos				
Nombre del recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Actividad
Zona de ordeño	Cultural	Técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	<ul style="list-style-type: none"> • Extracción de leche • Preparación productos derivados de Leche

Nota. En la tabla 8 se detallan los recursos que posee la hacienda Alison y clasificándolos por diferentes categorías, tipos y subtipos de acuerdo a la Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador.

Tratando de profundizar sobre la tabla anterior, se responde a la pregunta ¿Cómo se desarrollan las actividades de cada uno de los recursos turísticos en la hacienda Alison?

En cuanto al recurso de Bosque de Pinos, se llevarán a cabo actividades de senderismo, trekking y observación de flora y fauna.

Senderismo. Es importante planificar y diseño de senderos Interpretativos. Se deberá identificar al grupo de personas o miembros de la organización social de la hacienda para una planeación participativa, en la cual precisará la misión y los objetivos del sendero, paso a paso. Se delimitará el área seleccionada para la construcción del sendero interpretativo, donde se pueda ubicar la plaza de acceso o centro de interpretación ambiental, zonas de descanso y servicios a lo largo del sendero, área de esparcimiento, entre otros.

Para el diseño del sendero, se deberá establecer el tipo de recorrido y las zonas que lo conforman, teniendo en cuenta criterios básicos como el emplazamiento, zonificación, los tipos de recorrido y las modalidades del sendero. Una vez concluido el diseño, se podrá practicar el senderismo durante 1 a 2 días para caminar por los senderos bien marcados, con distancias cortas y terrenos sin problemas técnicos, lo cual permite conectar con la naturaleza.

Si se trata de realizar senderismo interpretativo, en el trayecto se encontrará más equipado con información y señalamiento con el fin de conocer el medio de la hacienda.

Trekking. Se deberá aplicar y diseñar el sendero de manera adecuada ya que esta actividad tiene como objetivo recorrer a pie largas distancia, generalmente de alta montaña poco frecuentadas, con un cierto grado de dificultad. Es por ello que, las personas que practiquen esta actividad cuenten con un guía conocedor del equipamiento, primeros auxilios, buen orientador y planificador.

Observación de flora y fauna. Puede realizarse de manera espontánea durante el senderismo o trekking, pero también se pueden dar excursiones con el propósito específico de encontrar ciertas especies de flora y fauna endémicas o más reconocidas dentro de la hacienda Alison. Esta actividad también permite contemplar atardeceres, tomar fotografías y convivir con el grupo de turistas.

En el recurso del Valle el Zunfo, se desarrollarán actividades de ciclismo de montaña, y para ello es necesario tomar en cuenta diversos aspectos:

Ciclismo de montaña. En primer lugar, es necesario crear una red de senderos permanentes que permitan el uso y disfrute de los turistas sin dañar al ecosistema, y para ello es necesario el apoyo en mapas topográficos, son esenciales para reconocer las características del terreno y organizar los senderos en un sistema de circuitos apilados que ofrezcan a los turistas (circuitos fáciles y cortos o circuitos lejanos y técnicos).

Por consiguiente, es importante establecer una estructura organizacional encargada de la gestión de la actividad, incluyendo el cobro, el servicio del ciclismo, el mantenimiento y guía local. De esta manera, se pueden proporcionar detalles sobre la duración de los circuitos, precios y las distancias de recorrido. Además, la infraestructura como los servicios son fundamentales para la elección del turista como; baños, puntos de venta, módulos de información, señalización, venta de refacciones y accesorios.

Para el desarrollo de las actividades en el recurso de la Casa - hacienda, es importante considerar diferentes aspectos para garantizar una experiencia satisfactoria para los turistas.

Camping. Para lograr el desarrollo de esta actividad es importante planificar el territorio destinado para facilitar la práctica del camping y conocer las expectativas de los clientes para ofrecer un programa adecuado. La zona de acampada debe contar con servicios sanitarios y de higiene, buena iluminación, seguridad y condiciones apropiadas para la preparación de comida, lugares específicos para hacer fogatas e incluso tienda para alquiler de materiales para camping. Asimismo, el personal de apoyo deberá proporcionar la excelencia del servicio ya que permanentemente tendrán relación con los clientes, y sus tareas serán de aprovisionamiento de carbón.

Mirador. En este punto, para el diseño del mirador, es necesario conocer la superficie y tipo de suelo, así como los servicios turísticos que se encuentran alrededor. También se debe contar con una persona destinada de su control de uso y regulación del mirador.

Historia del lugar. El relato de la historia de la hacienda se desarrollará mediante un expositor de los datos recopilados anteriormente, utilizando apoyos visuales sean ilustraciones, mapas fotografías, entre otros.

Exhibición y alquiler de equipos de montura. Dentro de la hacienda también se puede realizar esta actividad considerando las características y los tipos de materiales que de manera predominante conforman la montura.

Para la cabalgata, primero se debe explicar los diferentes equipos para preparar al caballo como la embocadura o freno, el tipo de montura y la gualdrapa o alfombra. También se puede exhibir y alquilar materiales para los paseos a caballo.

Realización de artesanías de madera. En la hacienda se podrán exhibir y vender artesanías de madera como tablas para asado, bolillos y copetineros contemplados con hermosas decoraciones y acabados, con una variedad de diseños, tamaños y precios

accesibles para los turistas. También se pueden realizar explicaciones de las técnicas y habilidades utilizadas para su elaboración.

Para ofrecer una experiencia enriquecedora en la Zona de hierbas medicinales, es fundamental considerar diversos aspectos que aseguren la satisfacción de los turistas.

Explicaciones y usos medicinales. Para ello, se contará con miembros de la hacienda que tengan conocimientos sobre la cosmovisión indígena de la Pacha Mama, quienes podrán explicar los diferentes usos de las plantas medicinales para tratar síntomas como la tos, para bajar la temperatura corporal, dolores de cabeza, dolores musculares, entre otros síntomas. Además, se detallará que partes de la planta se utilizan para controlar los síntomas y cómo fortalecen las defensas del cuerpo.

La zona del huerto ecológico, es uno de los recursos más destacados de la hacienda, ya que permite a los visitantes conocer y experimentar de primera mano los principios de la agricultura sostenible, donde podrán aprender sobre las técnicas de cultivo, cosecha y conservación de los alimentos de manera sostenible, lo que les permitirá aplicar estas prácticas en la vida diaria. Entre las actividades principales que van a realizar en esta zona son:

Técnicas para abono del suelo. Durante la visita, el operador de la zona será el encargado de explicar a los turistas los métodos y técnicas que se utilizan para mantener el suelo en óptimas condiciones, indicándoles las cantidades adecuadas de materia orgánica y otros nutrientes. En particular el operador detallará técnicas para elaborar abonos orgánicos caseros, tiempos de descanso para el suelo, como mantener la humedad del suelo y las protecciones necesarias para aprovechar el suelo y permitir que las plantas crezcan de manera natural.

Uso del agua. Así mismo, otro tema importante que se aborda en la zona del huerto ecológico es el uso del agua. El encargado del sistema de riego para evitar desperdiciar el agua, y como controlar los niveles de humedad del suelo para mantenerlos en niveles apropiados.

Además, se destacará la importancia de emplear agua de buena calidad para el riego del cultivo.

Tipos de vegetales y hortalizas. Finalmente, para demostrar la versatilidad de tener un huerto ecológico en casa, el encargado mostrará los diferentes tipos de vegetales y hortalizas que se pueden cultivar para consumo propio o almacenamiento. Durante el recorrido por la huerta, los turistas conocerán cada uno de los procesos y los materiales o herramientas que necesitarán para hacer una huerta en su hogar.

La Zona de siembra de papas, es uno de los recursos más importantes de la hacienda, que este tubérculo es esencial en la dieta de muchas personas en todo el mundo. En esta área, se lleva a cabo un proceso cuidadoso y riguroso desde la siembra hasta la cosecha que garantiza la calidad y cantidad de papas producidas. Los turistas que visiten esta zona tendrán la oportunidad de conocer de primera mano el proceso y técnicas que se utilizan para lograr una cosecha exitosa y aprender acerca del importante papel que juega la papa en la alimentación de las comunidades locales. Es así que en esta zona se detallan las siguientes actividades:

Técnicas para abono del suelo. En esta actividad, es fundamental que los visitantes comprendan las distintas técnicas para producir abono orgánico, ya que es la base para lograr una producción saludable y sostenible. El encargado explicará las técnicas más comunes como el compost, el humus de lombriz o el estiércol de animales de corral, y cómo pueden prepararse a partir de residuos de cocina, restos vegetales. Además, se brindarán sugerencias para cuidar el abono y maximizar su uso en el suelo.

Tipos de arado. La producción de papas comienza con la preparación del suelo mediante el arado, donde se debe realizar un espaciado adecuado entre surcos que son de 60 a 80 cm. El encargado de producción explicará cómo se utiliza el arado de discos o rejas para la rotura agrícola, así como el arado tradicional utilizado en la zona. De esta forma, los

turistas podrán conocer distintos métodos para preparar el suelo y adentrarse en la producción de la papa.

Técnicas para la conservación del suelo. Para garantizar una producción sostenible, El encargado de esta actividad detallará las distintas técnicas que se pueden utilizar para lograrlo, incluyendo estrategias para evitar la pérdida del suelo por escorrentía o escurrimiento superficial, también conocido como erosión. Así mismo, se explicarán los factores físicos que afectan la erosión, como la aireación, el drenaje y la penetración profunda a las raíces. Con esta información los turistas podrán comprender mejor la importancia de conservar el suelo para lograr una mejor producción.

Tipo de papa a utilizar. En la producción de papas, es importante conocer las variedades de papa que se utilizan para cultivar en clima frío. Entre las variedades nativas en la zona se encuentran la Uvilla, Leona Negra, Chaucha Colorada, Coneja Blanca, Sin embargo, la papa que se cultiva en la hacienda es la papa Superchola debido a que es un producto que rinde más cantidad, debido a su maduración semitardía y su gran calidad para fritura y platillos saludables. Permitiendo así al turista adentrarse al conocimiento del tipo de papa que es utilizada como materia prima para el procesamiento de las papas fritas o para la elaboración de platillos más saludables.

Finalmente, en la zona de ordeño está diseñado y equipado para garantizar a los turistas la experiencia el proceso de extracción de la leche. Es así, que las actividades que realizarán los turistas se detallarán de la siguiente manera:

Extracción de leche. En la práctica del ordeño, es fundamental que el encargado o guía dirija a los turistas al establo y les brinda una explicación detallada sobre las distintas modalidades de ordeño, tanto manual como a través de la máquina de ordeñar, haciendo hincapié en la importancia de la limpieza e higiene de los utensilios. Así mismo, es fundamental que el encargado brinde consejos prácticos para garantizar la higiene durante todo el proceso y las prevenciones del cuidado vacuno.

Preparación de productos derivados de Leche. Para la elaboración de productos lácteos, se lleva a cabo un minucioso proceso que comienza con la recepción de la leche en tambos lecheros, seguido del análisis de sus propiedades organolépticas (olor, sabor, color). Posteriormente, se procede al filtrado de la leche en una manta o colador fino, y se realiza un precalentado a 38° C para descremarla. Una vez que se ha realizado el proceso de pasteurización, calentando la leche a 72°C por 15 segundos y luego enfriándola a 38°C, mediante un shock térmico, se pueden preparar una variedad de productos lácteos como el queso fresco, crema, quesos saborizados y yogurt, siguiendo pasos individuales que los encargados estarán encantados de compartir con los turistas.

Población y muestra

En este punto, la hacienda “Alison” pretende determinar su potencial turístico a través de la selección de su población y muestra.

De acuerdo con Fracica (como se cita en Bernal, 2010) la población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p.160). Mientras que la muestra “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (Bernal, 2010, p. 161).

Debido a la ausencia de información y datos específicos referidos a la población de la parroquia Toacaso y la hacienda “Alison”, la investigación considera población al registro de visitantes nacionales y extranjeros que han visitado la Reserva Ecológica Los Illinizas; ya que la reserva es un referente turístico de la parroquia.

En este sentido, la cercanía de la Reserva Ecológica los Ilinizas con respecto a la hacienda “Alison”, es una ventaja para la aplicación de la encuesta. El Sistema Nacional de Áreas protegidas del Ecuador brindan el registro de las visitas nacionales y extranjeras que visitaron la Reserva Ecológica los Ilinizas en el 2020 con un total de 84.376 turistas nacionales

y extranjeros (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga, Dirección de Turismo, 2020).

Por otra parte, se aplicará una entrevista abierta al representante de la organización social de la hacienda “Alison”, con el propósito de identificar cómo funcionará el territorio en donde se quiere establecer el nuevo producto turístico, la cual está constituida por 15 preguntas.

Población

A continuación, se presenta la población establecida para la investigación.

Tabla 9

Turistas nacionales y extranjeros en la Reserva Ecológica Los Ilinizas (2019-2020)

TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN LA RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS (2019-2020)			
AÑO	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
2020	77.288	7.088	84.376

Nota. La tabla anterior hace referencia a los turistas nacionales y extranjeros que han visitado la Reserva Ecológica Los Ilinizas solo del 2020. Adaptado de: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga, Dirección de Turismo (2020) y Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (2020)

Muestra

Para la presente investigación se tomará cuenta la población establecida, siendo esta el total de turistas que han ingresado en el 2020 a la Reserva Ecológica Los Ilinizas, teniendo así un total de 84.376 turistas nacionales y extranjeros.

Para la selección del tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$x = \frac{z^2 p * q * N}{(N - 1)e^2 + z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población (84.376)

Z = Nivel de confiabilidad (95%) $0,95/2 = 0,4750$

Z = 1,96 e = Error muestral (típico 5 % =0,05)

p = Probabilidad de ocurrencia. (Típico 50% = 0,5)

q = Probabilidad de no ocurrencia $1-0,5 = 0,5$

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1,962(0,5) (0,5) (84.376)}{(84.376 - 1)0,052 + 1,962 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{81,034.71}{210,94 + 0.96}$$

$$n = \frac{81,034.71}{211,9}$$

$$n = 382,41$$

$$n = 382$$

La oferta turística del territorio

Para llevar a cabo el desarrollo de este apartado, se utilizó el procedimiento metodológico en el que incluyó el diseño y aplicación de una encuesta detallada y específica. El objetivo de esta encuesta fue recopilar información valiosa acerca de la oferta y las preferencias de un grupo de personas en relación a su experiencia turística en la parroquia de Toacaso.

La encuesta, que se encuentra en el Anexo 4 fue diseñada para obtener información minuciosa y precisa sobre criterios relevantes como el tipo de alojamiento, alimentos y bebidas, actividades de ocios y eventos o festividades de interés. En total, se encuestó a 382 visitantes de la parroquia de acuerdo a la muestra, además, con la información recopilada, se pudieron identificar información crucial para la identificar las posibilidades del diseño de un producto agroturístico en la parroquia, gracias a los resultados obtenidos de las encuestas se permitieron establecer los siguientes hallazgos.

A. Generalidades

1. Género

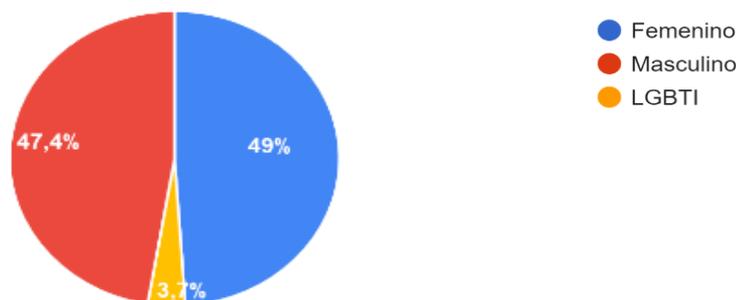
Tabla 10

Genero de los encuestados

Género			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Masculino	181	47,4%
	Femenino	187	49,0%
	LGBT	14	3,7%
	Total	382	100%

Figura 9

Genero de los encuestados representada en una figura



Análisis e Interpretación: Del 100% de las personas encuestadas en la parroquia de Toacaso el 49,00% pertenecen al género femenino, mientras que el 47,4% pertenecen al género masculino y el 4,2% se identificó como LGBTI. Del total de los visitantes encuestados en la parroquia de Toacaso el género que mayor prevalencia se tuvo son de sexo femenino, pero son una mínima diferencia ya que el género masculino marca el segundo lugar y con una muy poca representación del género LGBTI quedan en tercer lugar.

2. Edad

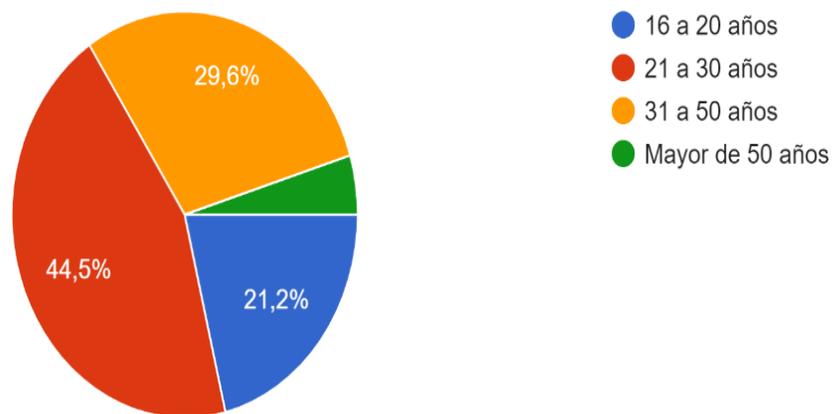
Tabla 11

Edad de los encuestados

		Edad		
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	16 a 20 años	81	21,2%	21,2%
	21 a 30 años	170	44,5%	44,5%
	31 a 50 años	113	29,6%	29,6%
	Mayores de 50 años	18	4,7%	4,7%
	Total	382	100%	100%

Figura 10

Edad de las personas encuestadas



Análisis e Interpretación: Del porcentaje total de las personas encuestadas el 21,2% son visitantes de entre los 16 a 20 años, el 44,5% son personas de 21 a 30 años siendo los de mayor porcentaje, mientras que el 29,6% representan a las personas de 31 a 50 años y solo el 4,7% son personas mayores de 50 años siendo el porcentaje más bajo.

B. Tabulación de la encuesta

1. ¿Qué tipo de atractivos considera son de gran potencial turístico?

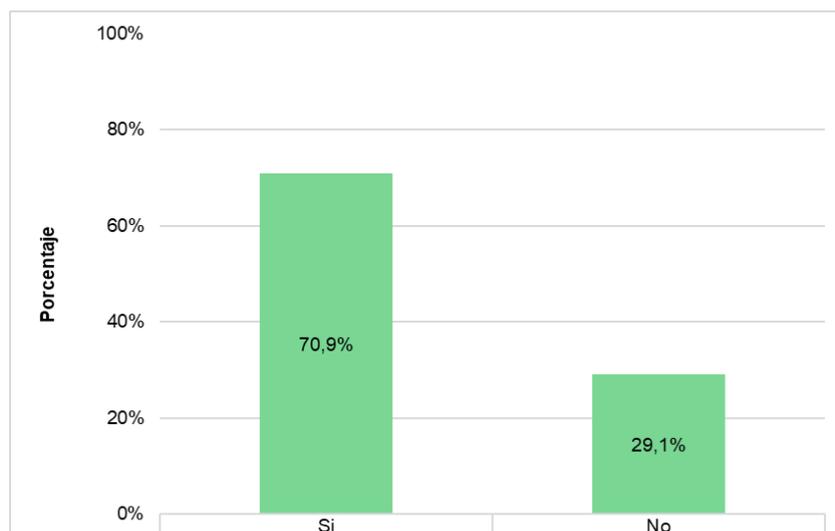
Tabla 12

Pregunta 1. ¿Conoce la parroquia de Toacaso?

¿Conoce la parroquia de Toacaso?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Si	271	70,9%	70,9%
No	111	29,1%	29,1%
Total	382	100%	100%

Figura 11

Pregunta 1. ¿Conoce la parroquia de Toacaso?



Análisis e Interpretación: Del 100% de las personas encuestadas el 70% afirman conocer la parroquia de Toacaso siendo uno de los mayores porcentajes, mientras que el 29,1% indican no conocer la parroquia.

2. ¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Toacaso?

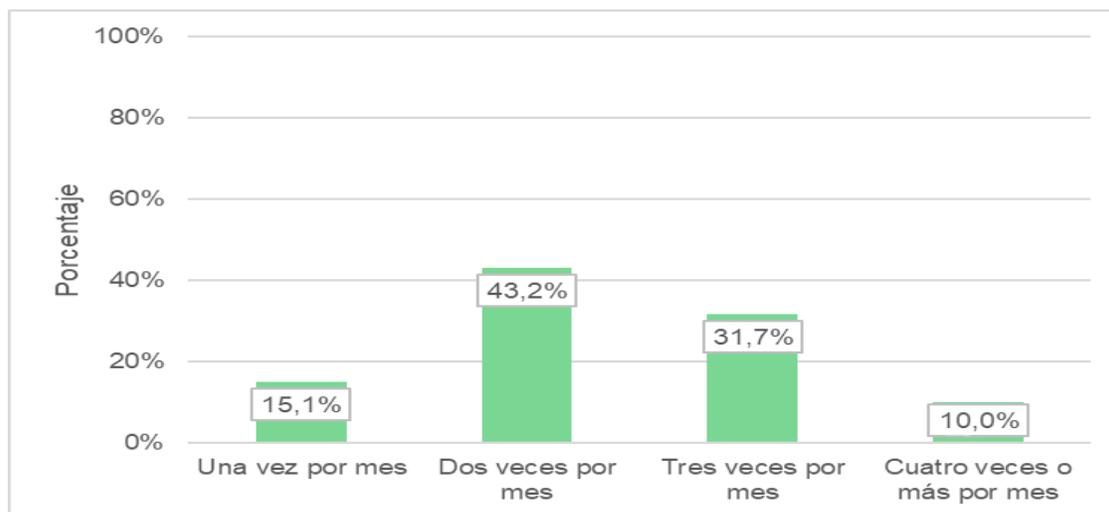
Tabla 13

Pregunta 2. ¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Toacaso?

¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Toacaso?			
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Una vez por mes	41	10,7%
	Dos veces por mes	117	30,6%
	Tres veces por mes	86	22,5%
	Cuatro veces o más por mes	27	7,1%
	Total pregunta	271	70,9%
Perdidos	Sistema	111	29,1%
Total encuestado		382	100%

Figura 12

Pregunta 2. ¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Toacaso?



Análisis e Interpretación: De las 271 personas que conocen la parroquia de Toacazo, solo el 15,1% han visitado la parroquia una vez por mes, el 43,2% lo han visitado dos veces por mes siendo el porcentaje más alto, encontrándose con cierta diferencia con la tercera opción ya que solo el 31,7% del total visitan la parroquia tres veces por mes, y por último el 10% representan el porcentaje más bajo de visitas, teniendo como opción cuatro veces o más por mes. A pesar del filtro de la primera pregunta se cuenta con 382 encuestas totales.

3. ¿Qué tipo de atractivos considera que son de gran potencial turístico?

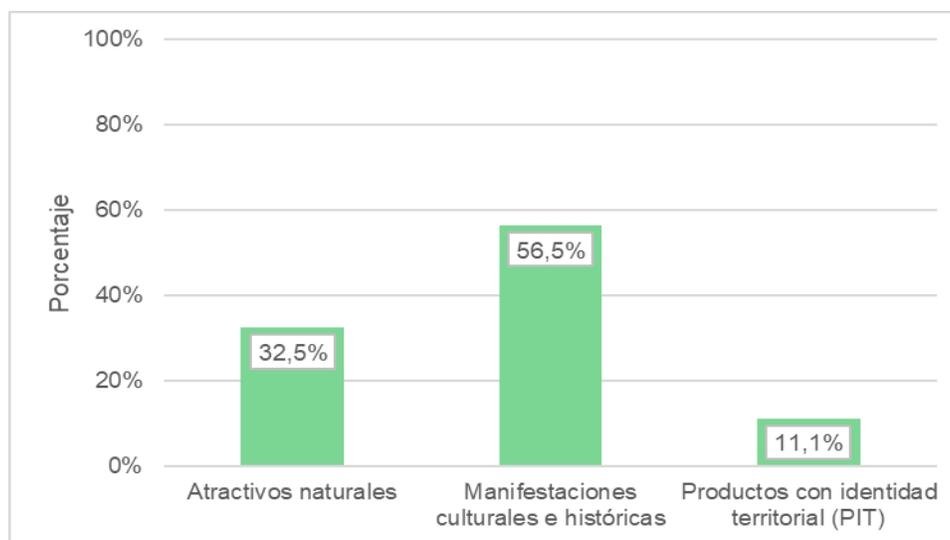
Tabla 14

Pregunta 3. ¿Qué tipo de atractivos considera que son de gran potencial turístico?

<i>¿Qué tipo de atractivos considera que son de gran potencial turístico?</i>			
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Atractivos naturales	88	23,0%
	Manifestaciones culturales e históricas	153	40,1%
	Productos con identidad territorial (PIT)	30	7,9%
	Total	271	70,9%
Perdidos	Sistema	111	29,1%
	Total encuestados	382	100%

Figura 13

Pregunta 3. ¿Qué tipo de atractivos considera son de gran potencial turístico?



Análisis e Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos al aplicar el filtro de la pregunta 1, de las 271 personas que conocen la parroquia, 88 personas consideran que los atractivos naturales son de gran potencial, sin embargo, las manifestaciones culturales e históricas tienen 153 votos, mientras que solo 30 encuestados manifiestan que los productos con identidad territorial son una fuente de gran potencial turístico en la parroquia.

4. Seleccione ¿Cuál de estos atractivos turísticos ha visitado?

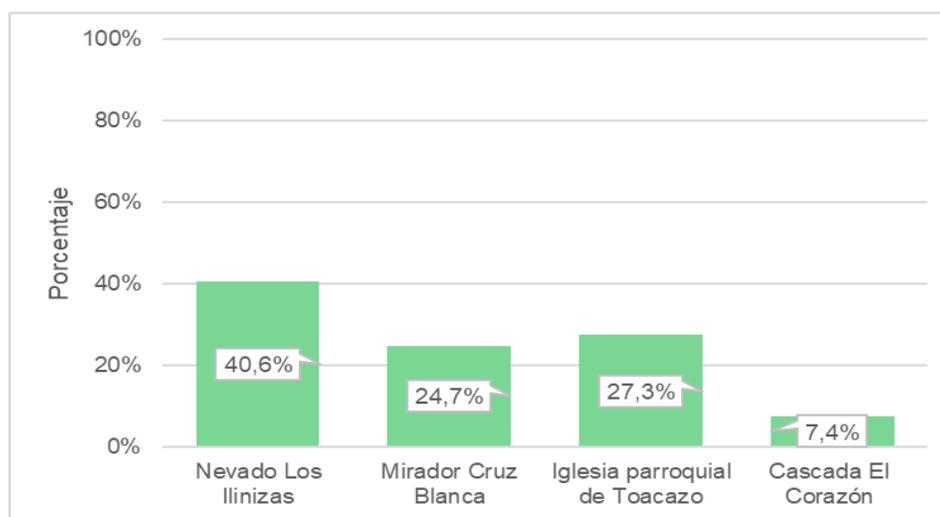
Tabla 15

Pregunta 4. Seleccione ¿Cuál de estos atractivos turísticos ha visitado?

Seleccione ¿Cuál de estos atractivos turísticos ha visitado?			
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nevado Los Ilinizas	110	28,8%
	Mirador Cruz Blanca	67	17,5%
	Iglesia parroquial de Toacazo	74	19,4%
	Cascada El Corazón	20	5,2%
	Total pregunta	271	70,9%
Perdidos	Sistema	111	29,1%
Total encuestados		382	100%

Figura 14

Pregunta 4. Seleccione ¿Cuál de estos atractivos turísticos ha visitado?



Análisis e Interpretación: Teniendo en cuenta a las 271 personas que conocen la parroquia, se observó que el 40,6% de ellas han visitado el Nevado Los Ilinizas, lo que representa una ventaja para diseñar una ruta con paradas en este atractivo. Asimismo, el 24,7% de encuestados acudieron al Mirador Cruz Blanca, el 27,3% visitaron la iglesia parroquial de Toacazo. Por otro lado, sólo el 7,4% se han desplazado a la Cascada El Corazón, lo que sugiere la necesidad de promover este atractivo entre los visitantes de la parroquia.

5. ¿Cuál de estas festividades de Toacaso conoce?

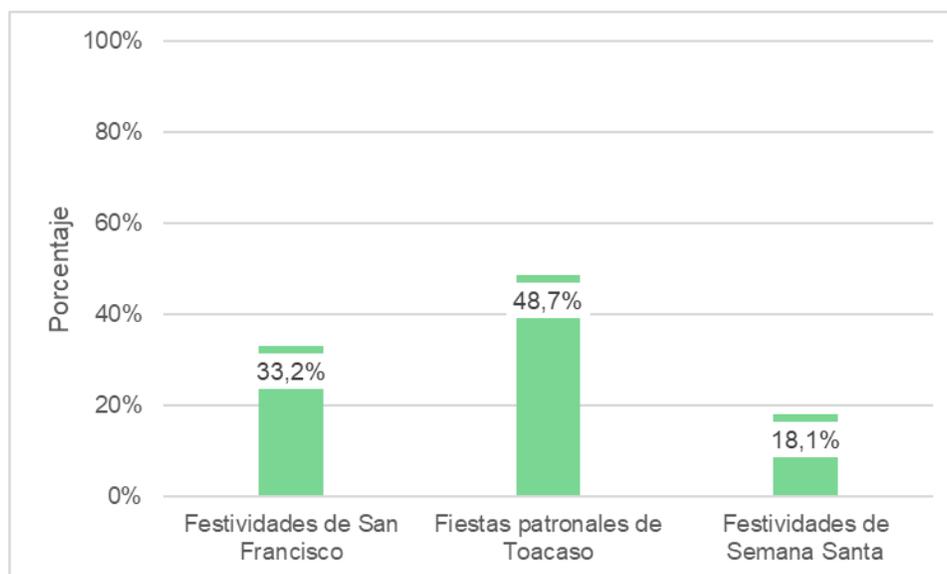
Tabla 16

Pregunta 5. ¿Cuál de estas festividades de Toacaso conoce?

¿Cuál de estas festividades de Toacaso conoce?				
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Festividades de San Francisco	90	23,6%	33,2%
	Fiestas patronales de Toacaso	132	34,6%	48,7%
	Festividades de Semana Santa	49	12,8%	18,1%
	Total pregunta	271	70,9%	100%
Perdidos	Sistema	111	29,1%	
	Total encuestados	382	100%	

Figura 15

Pregunta 5. ¿Cuál de estas festividades de Toacaso conoce?



Análisis e Interpretación: A partir del filtro de la primera pregunta, se observó que el 33,2% de las 271 personas encuestadas conocen las festividades de San Francisco, lo que representa una oportunidad para la hacienda Alison y ofrecer un nuevo producto agroturístico. Así mismo, el 48,7% de los encuestados conocen las fiestas patronales de Toacaso. Por otro lado, se observó que el 18,1% conocen la Festividad de Semana, lo que sugiere que estas fechas podrían ser estratégicas para acoger a los turistas en la hacienda.

6. ¿Realiza actividades recreativas o turísticas?

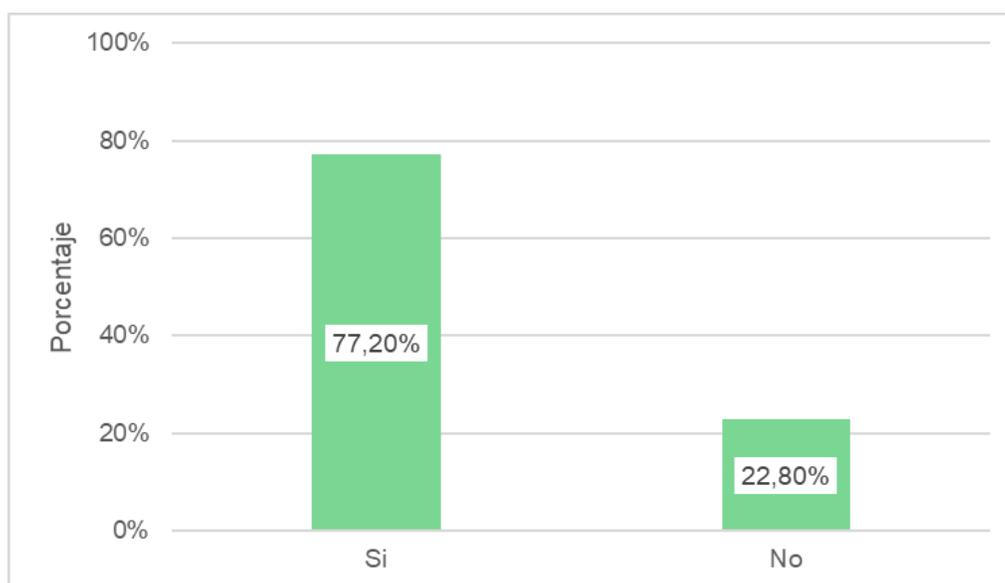
Tabla 17

Pregunta 6. ¿Realiza actividades recreativas o turísticas?

¿Realiza actividades recreativas o turísticas?				
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	295	77,2%	77,2%
	No	87	22,8%	22,80%
Total encuestados		382	100%	100%

Figura 16

Pregunta 6. ¿Realiza actividades recreativas o turísticas?



Análisis e Interpretación: Tras aplicar el filtro de la pregunta 1, se considera el total de la muestra de 382 encuestados que representan el 100%. De ellos, el 77,2% afirmaron que realizan actividades turísticas, lo que se convierte en una oportunidad para que la hacienda Alison ofrezca diferentes actividades para los visitantes. Además, aunque el 22,8% no realizan actividades turísticas, se puede considerar ofrecerles otro tipo de actividades de bajo impacto para atraerlo y adecuarse a sus patrones de consumo.

7. ¿Qué tipo de actividades recreativas o turísticas son de su preferencia?

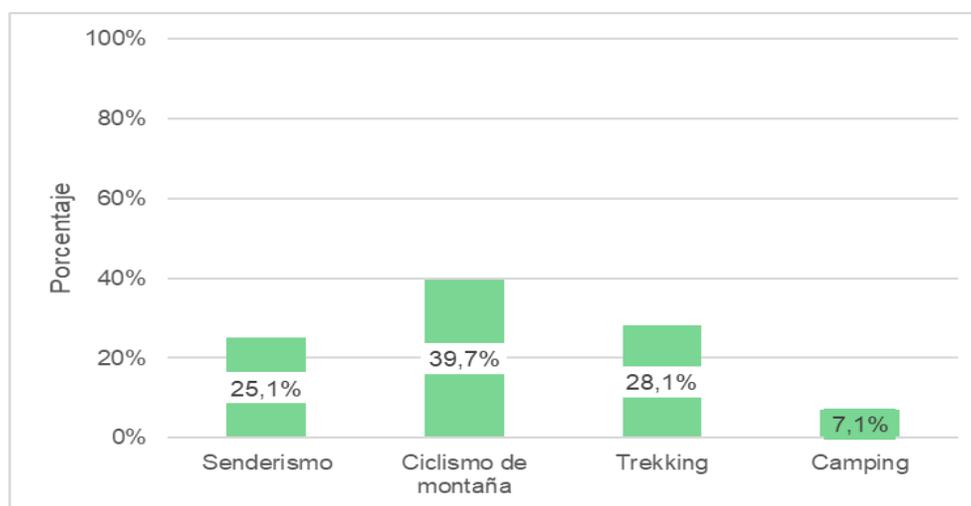
Tabla 18

Pregunta 7. ¿Qué tipo de actividades recreativas o turísticas son de su preferencia?

	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Senderismo	74	19,4%	25,1%
	Ciclismo de montaña	117	30,6%	39,7%
	Trekking	83	21,7%	28,1%
	Camping	21	5,5%	7,1%
	Total	295	77,2%	100%
Perdidos	Sistema	87	22,8%	
Total encuestados		382	100%	

Figura 17

Pregunta 7. ¿Qué tipo de actividades recreativas o turísticas son de su preferencia?



Análisis e Interpretación: Para esta pregunta se tomó en cuenta a los 295 que respondieron de forma válida, lo que representan el 100% de la muestra, Se observa que el 39,7% de los encuestados prefieren el ciclismo de montaña. Siendo el porcentaje más alto de todas las opciones. Por otro lado, el 26,1% prefiere el trekking, seguido por el senderismo con el 25,1%. Por último, solo el 7,1% realizan camping como actividad turística.

8. ¿Usted estaría dispuesto a contratar un producto agroturístico con los servicios de alojamiento, alimentación, facilidades turísticas y actividades turísticas en un espacio rural?

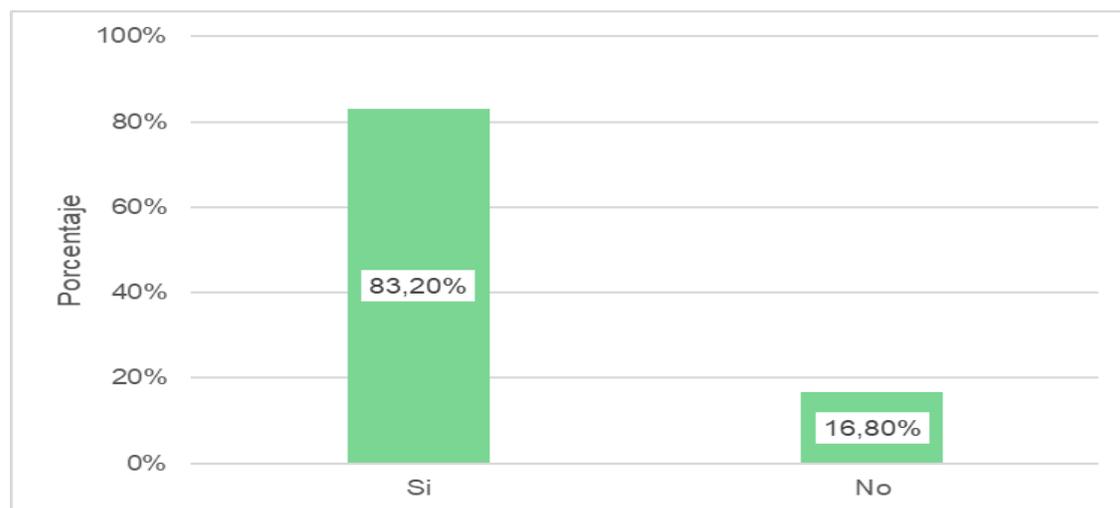
Tabla 19

Pregunta 8.

¿Usted estaría dispuesto a contratar un producto agroturístico con los servicios de alojamiento, alimentación, facilidades turísticas y actividades turísticas en un espacio rural?				
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	318	83,2%	83,2%
	No	64	16,8%	16,8%
Total encuestados		382	100%	100%

Figura 18

Pregunta 8.



Análisis e Interpretación: Se observa que de 100% de encuestados siendo 382 encuestas, el 83,2% respondieron positivamente, lo que sugiere que existe una alta demanda y disposición por parte de los visitantes para contratar este tipo de productos agroturísticos. En contraste, el 16,8% de los encuestados respondieron negativamente, indicando que aún hay una pequeña parte del mercado que no está interesada en este tipo de experiencias turísticas.

9. ¿Qué tipo de servicio de alojamiento es de su agrado en un espacio rural?

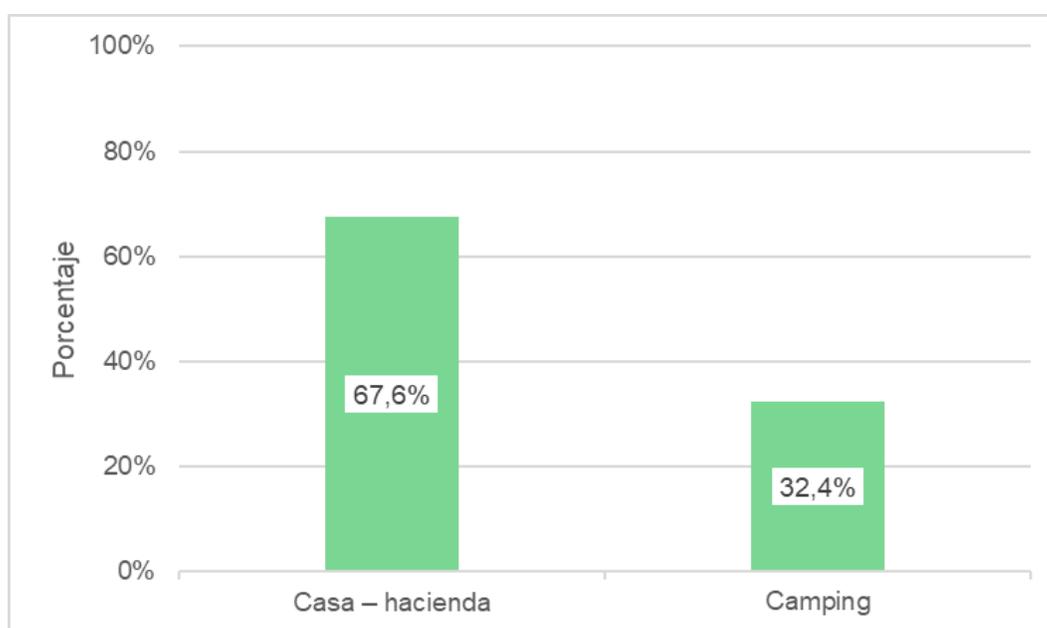
Tabla 20

Pregunta 9. ¿Qué tipo de servicio de alojamiento es de su agrado en un espacio rural?

¿Qué tipo de servicio de alojamiento es de su agrado en un espacio rural?				
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Casa – hacienda	215	56,3%	67,6%
	Camping	103	27,0%	32,4%
	Total	318	83,2%	100%
Perdidos	Sistema	64	16,8%	
Total encuestados		382	100%	

Figura 19

Pregunta 9. ¿Qué tipo de servicio de alojamiento es de su agrado en un espacio rural?



Análisis e Interpretación: A partir del 100% de encuestados siendo 382 en esta pregunta por el condicional de la pregunta 8 la muestra es de 318 encuestas ya que solo ese número de encuestados si estarían dispuesto a contratar un producto agroturístico con los servicios de alojamiento, alimentación, facilidades turísticas y actividades turísticas en un espacio rural, es así que el 67,6% prefieren una casa – hacienda siendo el porcentaje más alto, mientras que el 32,4% de los encuestados escogieron el camping.

10. ¿Qué tipo de servicio de alimentos y bebidas son de su preferencia?

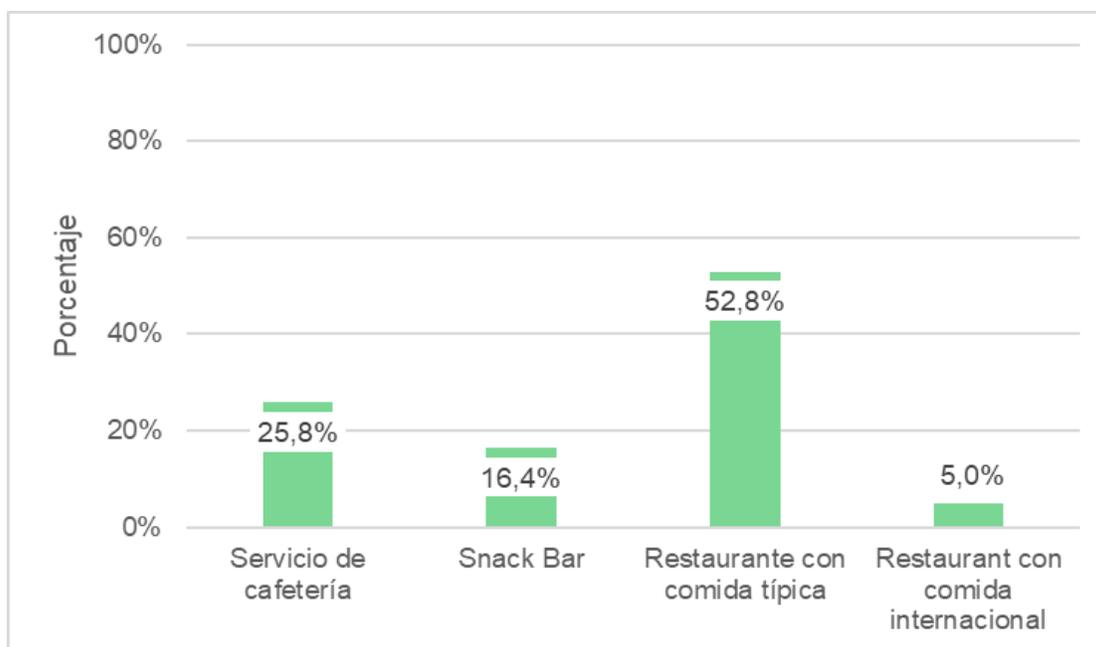
Tabla 21

Pregunta 10. ¿Qué tipo de servicio de alimentos y bebidas son de su preferencia?

Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Servicio de cafetería	82	21,5%	25,8%
	Snack Bar	52	13,6%	16,4%
	Restaurante con comida típica	168	44,0%	52,8%
	Restaurant con comida internacional	16	4,2%	5,0%
Total		318	83,2%	100%
Perdidos	Sistema		16,8%	
Total encuestados		382	100%	

Figura 20

Pregunta 10. ¿Qué tipo de servicio de alimentos y bebidas son de su preferencia?



Análisis e Interpretación: Considerando la muestra de 318 encuestados, se puede observar que el servicio de cafetería obtuvo un porcentaje del 25,8%, siendo una de las opciones más populares. El 16,4% prefieren la opción del Snack Bar, mientras que la opción con mayor acogida, con un 52,8% fue el Restaurante con comida típica. Solo el 5% de encuestados prefirieron el Restaurant con comida internacional.

11. ¿Cuál de estas facilidades turísticas de observación son de su agrado?

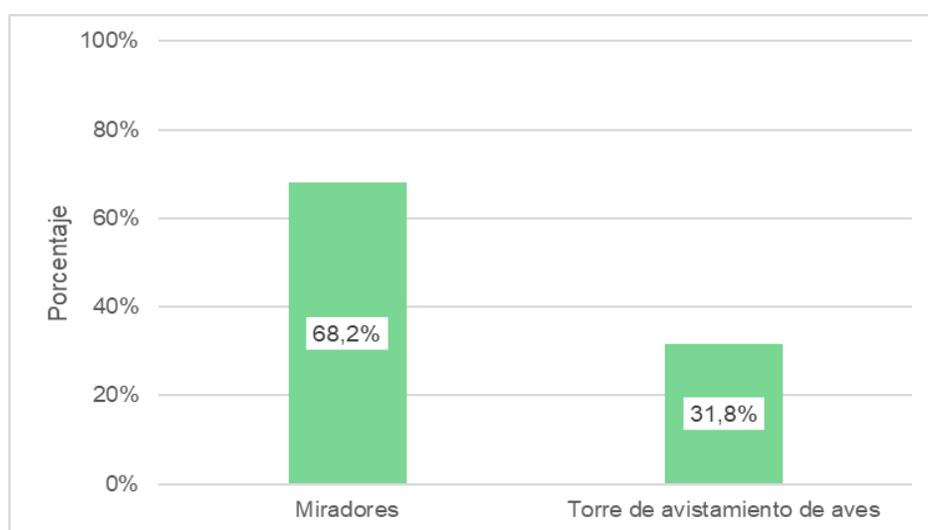
Tabla 22

Pregunta 11. ¿Cuál de estas facilidades turísticas de observación son de su agrado?

¿Cuál de estas facilidades turísticas de observación son de su agrado?				
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Miradores	217	56,8%	68,2%
	Torre de avistamiento de aves	101	26,4%	31,8%
	Total pregunta	318	83,2%	100%
Perdidos	Sistema	64	16,8%	
Total encuestados		382	100%	

Figura 21

Pregunta 11. ¿Cuál de estas facilidades turísticas de observación son de su agrado?



Análisis e Interpretación: Se obtiene de los 318 encuestados con relación al condicional de la pregunta 8, resulta que el 68,2% de personas que prefieren los miradores como una facilidad de gran importancia, sin embargo, solo el 31,8% consideran que la torre de avistamiento de aves es una facilidad del agrado de los visitantes y que por ende ese es su patrón de consumo para que visiten la hacienda “Alison” ubicada en la parroquia de Toacaso.

12. ¿Considera que la disponibilidad de servicios básicos (redes telefónicas, alcantarillado, agua potable, servicios higiénicos y transportación) son necesarios para el diseño de un producto agroturístico?

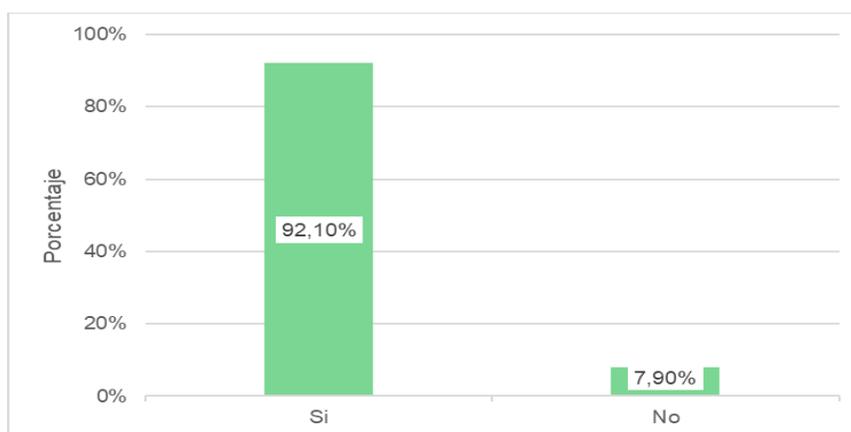
Tabla 23

Pregunta 12.

¿Considera que la disponibilidad de servicios básicos (redes telefónicas, alcantarillado, agua potable, servicios higiénicos y transportación) son necesarios para el diseño de un producto agroturístico?				
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	355	92,1%	92,1%
	No	27	7,9%	7,9%
Total encuestados		382	100%	100%

Figura 22

Pregunta 12. ¿Considera que la disponibilidad de servicios básicos (redes telefónicas, alcantarillado, agua potable, servicios higiénicos y transportación) son necesarios para el diseño de un producto agroturístico?



Análisis e Interpretación: Se obtiene del total de los 382 encuestados, el 92,1% de personas respondieron de manera afirmativa a la pregunta sobre si consideran que la disponibilidad de servicios básicos es necesario para el diseño de un producto agroturístico. Por otro lado, el 7,9% de los encuestados consideran que no es necesario contar con estos servicios básicos.

13. ¿Le agradecería realizar actividades agroturísticas en un espacio rural?

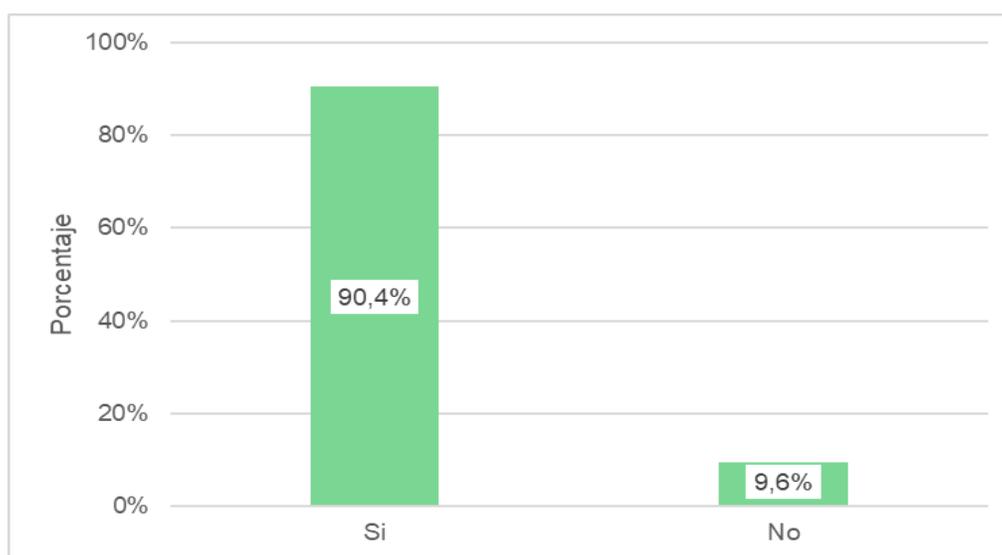
Tabla 24

Pregunta 13. ¿Le agradecería realizar actividades agroturísticas en un espacio rural?

¿Le agradecería realizar actividades agroturísticas en un espacio rural?				
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Si	345	90,4%	90,4%
	No	37	9,6%	9,6%
Total		382	100%	100%

Figura 23

Pregunta 13. ¿Le agradecería realizar actividades agroturísticas en un espacio rural?



Análisis e Interpretación: Se obtiene del total de los 382 encuestados el 90,4% de personas si les agradecería realizar actividades agroturísticas, lo que indica que existe una demanda potencial para este tipo de productos turísticos. Por otro lado, el 9,6% restante no se mostró interesado en participar en este tipo de actividades.

14. ¿Cuál de estas actividades agroturísticas son de su agrado?

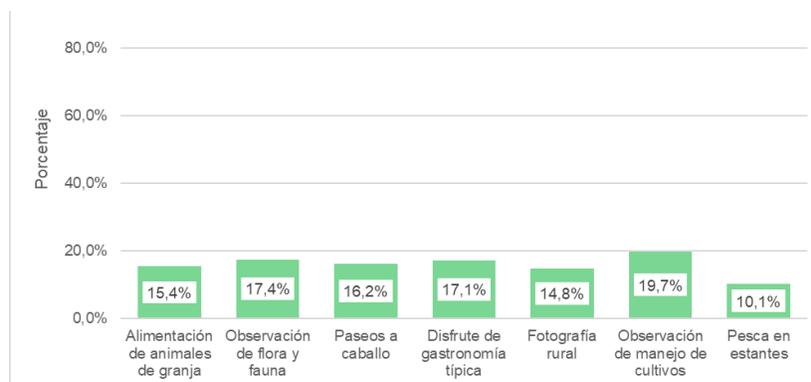
Tabla 25

Pregunta 14. ¿Cuál de estas actividades agroturísticas son de su agrado?

¿Cuál de estas actividades agroturísticas son de su agrado?				
Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Alimentación de animales de granja	53	13,9%	15,4%
	Observación de flora y fauna	60	15,7%	17,4%
	Paseos a caballo	56	14,7%	16,2%
	Disfrute de gastronomía típica	59	17,1%	17,1%
	Fotografía rural	51	14,8%	14,8%
	Observación de manejo de cultivos	68	19,7%	19,7%
	Pesca en estantes	35	9,2	10,1%
Total pregunta	345	90,3%	100%	
Perdidos	Sistema	37	9,7	
Total encuestados		382	100%	

Figura 24

Pregunta 14. ¿Cuál de estas actividades agroturísticas son de su agrado?



Análisis e Interpretación: Del total de los 382 encuestados, por el condicional de la pregunta 13, El 19,7% están interesados en conocer sobre la observación del manejo de cultivos, y tan solo el 10,1% de los encuestados prefieren la pesca en estantes. En cambio, el 17,4% prefieren la observación flora y fauna, en cuanto a la gastronomía típica, el 17,1% prefiere de su degustación, mientras que el 16,2% opta por los paseos a caballo. Además, el 15,4% indica que les gustaría participar en actividades de alimentación de animales de granja y el 14,8% se enfoca en la fotografía rural.

Demanda turística

Mediante la encuesta realizada y su respectiva tabulación se da a conocer la demanda actual en relación a la muestra y los patrones de consumo de acuerdo a las preferencias de los visitantes de la parroquia de Toacaso, es así como los resultados de la tabulación de la encuesta ayudan a conocer las siguientes subdivisiones:

Demanda actual

La obtención de la información detallada sobre el perfil de los turistas o visitantes encuestados es fundamental para entender la demanda actual de la parroquia de Toacaso. Por esta razón, se han tomado en cuenta preguntas claves sobre aspectos como el género, rango de edad, frecuencia de visitas y el nivel de acogida de la parroquia.

Los resultados de la encuesta revelan que casi la mitad de los encuestados son del género femenino con el 49,9%, lo que indica que existe una presencia importante de este segmento en la demanda actual. El hecho de que el 47,7% sean masculino y el 4,2% se identifiquen como LGBTI, sugiere una presencia variada de géneros en la demanda actual.

Por otro lado, el rango de edad más representativo es el de 21 a 30 años, lo que podría indicar una demanda joven en la parroquia de Toacaso. Esto se refuerza con el hecho de que el 44,5% de los encuestados pertenecen a esta edad.

Además, la mayoría de los encuestados, específicamente el 70,9% del porcentaje válido, ha visitado la parroquia de Toacaso, lo que significa que existe una importante tasa de visitación. De hecho, el 43,2% de ellos la visitan dos veces por mes, lo que sugiere una demanda contante y frecuente.

Es así, como la información proporcionada por la encuesta ofrece una valiosa comprensión del perfil de la demanda actual que existe en la parroquia de Toacaso, lo que permitirá que la hacienda Alison adecue sus servicios y productos a las necesidades o preferencias de los turistas.

Patrones de consumo

Los patrones de consumo se refieren al grado de aceptación o satisfacción de los visitantes hacia un producto o servicio y que les motive a visitar el espacio rural de la hacienda Alison en la parroquia de Toacaso. Para conocer estos patrones o preferencias, se realizó una encuesta a 382 encuestados, de los cuales el 77,2% prefieren realizar actividades turísticas, considerando que el tipo de actividad turística de mayor preferencia para los visitantes son el ciclismo de montaña con 39,7% con el porcentaje más alto y el senderismo con 25,1%.

En cuanto a los servicios, el 67,6% de los visitantes prefieren alojarse en la Casa-hacienda, mientras que el 32,4% prefieren acampar. También hay una alta preferencia de restaurantes que ofrezcan comida típica con un 52,8% y el morador es una facilidad turística muy valorada con un grado de aceptación del 68,2%.

Es así, como gracias a los resultados la hacienda Alison podrá desarrollar productos y servicios agroturísticos que satisfagan las necesidades y preferencias de los visitantes de Toacaso. Con la información recopilada en la encuesta, la hacienda puede mejorar y diversificar su oferta para atraer a más turistas y ofrecerles una experiencia única en el campo, lo que puede contribuir significativamente al desarrollo económico de la parroquia y de la hacienda.

Análisis general de la encuesta

La encuesta mostró resultados que podrían ayudar a la hacienda Alison a diversificar su economía mediante los servicios agroturísticos para satisfacer las necesidades de los visitantes de Toacaso. Por ende, en las preguntas relacionadas con la Oferta, se identificó que las manifestaciones culturales e históricas (56,5%) tienen un gran potencial turístico, mientras que el Nevado Los Ilinizas (40,6%) y la iglesia parroquial de Toacaso (27,3%) son los atractivos turísticos cercanos más visitados, además las fiestas patronales de Toacaso (48,7%) y las festividades de San Francisco (33,2%) son las más reconocidas por los turistas. Las actividades agroturísticas más demandadas son la observación de majo de cultivos (19,7%),

seguida por la observación de flora y fauna (17,4%), y el disfrute de la gastronomía típica (17,1%).

Por otro lado, las preguntas relacionadas con la demanda turística, concretamente para la demanda actual el 70% de los encuestados conocen la parroquia de Toacaso, de los cuales el 43,2% de ellos la visitan dos veces por mes, mientras que el perfil de la demanda actual determina que el 49% son mujeres y el 47,7% son hombres. Además, el rango de edad con mayor porcentaje (44,5%) es de 21 a 30 años. Así mismo, La mayoría de los encuestados (83,2%) estarían dispuestos a contratar un producto agroturístico que incluya alojamiento, alimentación, facilidades turísticas y actividades turísticas y consideran que la disponibilidad de los servicios básicos es importante (92,1%).

En cuanto a los patrones de consumo en general, las visitantes les agrada realizar actividades turísticas, siendo el ciclismo de montaña la actividad turística preferida por el 39,7% de los encuestados, seguido por la Casa – hacienda como servicios de alojamiento, también el servicio de Restaurant de comida típica obtuvo una gran preferencia siendo una de las opciones más populares y los miradores como una facilidad turística de gran acogida. Estos resultados son de gran utilidad para que la hacienda Alison pueda diseñar productos y servicios que permitan satisfacer las necesidades y preferencias de los visitantes de Toacaso.

Análisis FODA

La información recopilada en la encuesta ha permitido una evaluación general del potencial turístico de la hacienda “Alison”. A través del análisis Foda, se han identificado los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) que pueden influir en el desarrollo del producto agroturístico. Con base en estos hallazgos, se definirán las primeras líneas estratégicas para el desarrollo del producto, aprovechando las fortalezas y oportunidades identificadas, mientras se abordan las debilidades y amenazas que puedan obstaculizar el éxito del proyecto.

Tabla 26

Análisis FODA de la hacienda "Alison"

Matriz FODA		
Ambiente interno	Fortalezas	Debilidades
<p style="text-align: right;">→</p> <p style="text-align: right;">↓</p>	<p>F1. Existencia de recursos con potencial turístico.</p> <p>F2. Experiencias que pueden ofrecer en el sector agroturístico.</p> <p>F3. Experiencias en actividades culturales y de aventura.</p>	<p>D1. Falta de infraestructura y equipamiento adecuada para recibir a los turistas.</p> <p>D2. Desconocimiento del ámbito turístico por parte de la administración social de la hacienda.</p> <p>D3. Falta de diversificación de la hacienda (dedicada solo a la actividad primaria).</p>
Ambiente externo	Estrategias FO	Estrategias DO
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>O1. Incremento para el consumo de los productos orgánicos de la hacienda para la comunidad o visitantes.</p> <p>O2. Lugar para aclimatación e indicaciones para el ascenso a los Ilinizas</p> <p>O3. Ofrecer servicios turísticos de la hacienda para visitantes nacionales e internacionales</p>	<p>FO1. Desarrollo y promoción de los atractivos turísticos de la hacienda (alianzas con operadores turísticos, participación en ferias y eventos turísticos).</p> <p>FO2. Ofrecer productos orgánicos de la hacienda (aplicando programas de fidelización).</p> <p>FO3. Creación de paquetes turísticos.</p>	<p>DO1. Inversión en la infraestructura de las áreas de recreación y de alojamiento. También para la adquisición de equipamiento para la preparación de alimentos y atención de los turistas.</p> <p>DO2. Capacitación y formación del personal en temas de turismo y hospitalidad, además de ofrecer actividades en el campo.</p> <p>DO3. Desarrollas estrategias de marketing para promocionar nuevos servicios turísticos que ofrece la hacienda por redes sociales, páginas web, folletos, etc.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1. Las condiciones climáticas pueden afectar la producción de la hacienda.</p> <p>A2. Cambios en las preferencias de los consumidores.</p> <p>A3. Inestabilidad económica a nivel nacional.</p>	<p>FA1. Contemplar la oferta turística, desarrollando actividades tanto para temporada alta o baja.</p> <p>FA2. Oferta de experiencias para satisfacer una amplia gama de preferencias de los consumidores.</p> <p>FA3. Implementación de medidas para reducir costos y aumentar la eficiencia de sus operaciones.</p>	<p>DA1. Desarrollar una campaña de financiamiento colectivo (crowdfunding) para mejorar la infraestructura turística en la hacienda.</p>

Nota. análisis FODA donde se identifican las fortalezas y oportunidades, sin embargo, también se identificaron algunas debilidades y amenazas.

Capítulo III

Diseño de un producto agroturístico

A través de la valoración de atractivos y recursos, el análisis de la demanda, la oferta y la matriz FODA de la hacienda, se ha identificado una serie de elementos claves que se abordan en el Capítulo II. En este sentido, se busca diseñar una oferta turística adecuada para el mercado objetivo. Para lograr este objetivo, se seguirán los tres pasos de la metodología para el diseño productos turísticos, los cuales serán abordados en detalle.

Paso 1: Revisión de los principios básicos para identificar productos turísticos

Para el desarrollo de este primer paso, se debe tener presente los cuatro principios básicos con criterios descriptivos que permitan identificar y orientar la propuesta del producto turístico que se pretende diseñar.

Tabla 27

Principios básicos para identificar productos turísticos en la hacienda “Alison”

Principio	Alcance
Atractividad	El producto agroturístico tiene la capacidad de atraer flujos turísticos debido a que la parroquia Toacaso cuenta con la hacienda “Alison”, donde se pueden desarrollar actividades de ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, e incluso el turismo cultural lo que conlleva al turista a pernoctar en el lugar.
Implementación	El producto agroturístico puede ser implementado a corto plazo debido a que se cuenta con el apoyo de empresas públicas y privadas, prestadores de servicio y actores claves como: <ul style="list-style-type: none"> • Entidades gubernamentales: Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Ministerio de Agricultura y Ganadería y Desarrollo y Pesquero (MAGADP), Ministerio de Salud Pública (MSP), Ministerio de Turismo, Ministerio de educación, Ministerio de Ambiente y Dirección de Turismo. • GAD Parroquial Toacaso • Hosteria La casa de Simón y El Carmen • Productores Artesanos • Restaurantes locales
Territorialidad	El producto agroturístico es competitivo ya que posee una relación directa y significativa con la oferta turística de manifestaciones culturales e históricas de la parroquia Toacaso. De igual manera la comunidad de San Francisco será participe de diversificación turística ya que la hacienda cuenta con el potencial turístico que contribuya al territorio y al mercado turístico.

Principio	Alcance
Pluralidad	<p>Para conformar una oferta diversificada en la parroquia Toacaso que sea visible y a su vez competitiva dentro del mercado turístico, es necesario el trabajo en equipo con los siguientes oferentes que se encuentran en la parroquia de Toacaso como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entidades gubernamentales • Empresa pública y privada • Prestadores de servicios: alojamiento, alimentación, transporte, equipamiento, entre otros.

Nota. En esta tabla se destaca como los principios básicos del producto agroturístico son importantes ya que permitirán atraer flujos turísticos en la parroquia de Toacaso, gracias a las características de la hacienda “Alison y sus recursos.

Paso 2: Diseño del portafolio de productos turísticos

En términos usuales, el diseño de un producto turístico reside en evaluar el conjunto de atractivos en la parroquia Toacaso y analizar con cuál modalidad turística se vincula más las actividades que se efectúan en la hacienda “Alison”. De forma que, en función del estudio de la oferta y la demanda, se determinan cuál producto agroturístico preexisten y cuáles no. En este sentido, se toma a la decisión de diseñar o no el producto.

Para dar paso el diseño del producto agroturístico, es sustancial que se tome como punto de partida a los atractivos turísticos y la demanda de la parroquia de Toacaso, posterior a ello se debe clasificar la oferta actual en:

- **Macro productos:** Así se les designa a aquellas modalidades del turismo en la parroquia de estudio con potencial de desarrollo de acuerdo con los atractivos preexistentes y la observación ejecutada en el asunto de evaluación del potencial turístico en el ecoturismo, agroturismo, aventura y cultural.
- **Productos turísticos específicos:** Básicamente son los productos que se ofertan para cada macro producto, como actividades de senderismo, trekking y observación de flora y fauna que involucra a la hacienda “Alison”.

Es así como se inicia con el diseño del producto agroturístico bajo los siguientes aspectos:

Objetivo

- Diseñar un producto agroturístico en torno a la actividad agrícola - turística

Forma de trabajo

- Formación grupos internos y externos en conjunto con los actores involucrados

Fuente de información

Evaluación del potencial turístico de la hacienda "Alison"

Procedimiento metodológico.

- **Procedimiento 1: Clasificación de la oferta de los productos turísticos**

Por motivo de comercialización o denomínesse mercadeo, es necesario que la planificación del producto agroturístico se desarrolle a partir de los productos turísticos específicos, los cuales se mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 28

Clasificación de la oferta de los productos turísticos en la hacienda

Macro producto	Productos turísticos específicos
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo para observación de flora y fauna en el Bosque de Pinos • Camping en el Bosque de Pinos • Paseos a caballo • Pesca en estanques
Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas para la elaboración de abono del suelo en el huerto ecológico (vegetales y hortalizas) • Técnicas del uso del arado rústico en la actividad de siembra de papas • Recorrido en el proceso de extracción y preparación de productos derivados de la leche en la zona de ordeño
Turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo de montaña en el Valle el Zunfo
Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación del uso de hierbas medicinales • Degustación de gastronomía local • Recorrido por el proceso de artesanías de madera en la hacienda "Alison"

Nota. Con la clasificación de la oferta de los macro productos en la hacienda se pueden identificar diferentes actividades que se podrán ofrecer a los turistas, lo que permite una mejor

segmentación del mercado y una adaptación de la oferta a las necesidades y preferencias de los turistas.

- **Procedimiento 2: Ficha técnica para los productos turísticos específicos**

Se crea una ficha técnica para cada uno de aquellos productos turístico específicos establecidos, de acuerdo a los siguientes componentes:

Tabla 29

Ficha técnica N° 001

Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales		N°: 001
Nombre del producto: Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Localización: Parroquia de Toacaso - Faldas de los Ilinizas	
Breve descripción de cada uno de los siguientes componentes		
Atractivos	En cuanto a la flora se presenta una vegetación arbustiva con pajonales ya que es un ecosistema de páramo. La fauna es silvestre entre ellos se encuentra raposa, guarro, lobo, mirlo, sapo, lagartija entre otros. El lugar cuenta con vertientes.	
Actividades	Senderismo, trekking, camping, ciclismo y observación de flora y fauna (pesca en estanques y paseos a caballos).	
Servicios	Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados"	
Infraestructura	Camino de tercer orden y empedrado	
Medios de información y comunicación	Página web del GAD parroquial de Toacaso. Radio Inti Sisa, Radio La Voz de los Chillos, Radio Iluman. Periódico La Hora, periódico El Comercio.	
Características de la demanda	Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas	
Experiencia sugerida	Reforestación con platas nativas y actividades de fotografía en el mirador natural	

Nota. En esta tabla, se destaca la ficha técnica como una herramienta para el desarrollo y descripción de un producto agroturístico específico, que sirve para recopilar y presentar información detallada del mismo.

Tabla 30

Ficha técnica N° 002

Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales		N°: 002
Nombre del producto: Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Localización: Parroquia de Toacaso	
Breve descripción de cada uno de los siguientes componentes		
Atractivos	Recorrido por el huerto ecológico, agricultura y ganadería.	
Actividades	Taller sobre el Huerto ecológico de vegetales y hortalizas con materia orgánica y otros nutrientes. Técnicas para abono del suelo, tipos de arado, siembra de papas y conservación del suelo. Finalmente, el ordeño para la degustación de productos derivados de leche.	
Servicios	Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados" Guianza interna por la hacienda "Alison"	
Infraestructura	Accesibilidad por medio de vía empedrada	
Medios de información y comunicación	Página web del GAD parroquial de Toacaso. Radio Inti Sisa, Radio La Voz de los Chillos, Radio Iluman. Periódico La Hora, periódico El Comercio.	
Características de la demanda	Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas	
Experiencia sugerida	Implementar servicio de alojamiento y alimentación en la hacienda "Alison"	

Nota. La tabla, esta detallada con información que puede ser utilizada por los actores claves para diseñar productos agroturísticos atractivos y adaptados a las necesidades y preferencias de los turistas.

Tabla 31

Ficha técnica N° 003

Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales		N°: 003
Nombre del producto: Aventura en el Zunfo "Zunfo Iluqsi"	Localización: Parroquia de Toacaso a 3.400 a 5.000 m.s.n.m	
Breve descripción de cada uno de los siguientes componentes		
Atractivos	La flora del Valle presenta una vegetación llana y vertientes. La fauna es silvestre entre ellos se encuentra aves como mirlos entre otros.	
Actividades	Senderismo, camping y ciclismo de montaña en el Valle el Zunfo	
Servicios	Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados"	
Infraestructura	Accesibilidad por medio de tercer orden (Chakiñan o caminos vecinales)	
Medios de información y comunicación	Página web del GAD parroquial de Toacaso. Radio Inti Sisa, Radio La Voz de los Chillos, Radio Iluman.	
Características de la demanda	Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas	
Experiencia sugerida	Talleres de educación ambiental y senderismo interpretativo. Participación en programas de rescate de flora y fauna del Valle el Zunfo	

Nota. Para esta tabla, también se tomaron en cuenta como una herramienta de planificación y gestión para el desarrollo de actividades agroturísticas en el territorio.

Tabla 32

Ficha técnica N° 004

Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales		N°: 004
Nombre del producto: Sueños en tierra “Kaypi llakta”		Localización: Parroquia de Toacaso
Breve descripción de cada uno de los siguientes componentes		
Atractivos	Artesanías de madera en la hacienda “Alison” Gastronomía típica, preparación y uso de medicina tradicional.	
Actividades	Habilidades y técnicas para la realización de artesanías en decoraciones y acabados. Degustación de gastronomía local. Explicaciones sobre los usos de hierbas medicinales de la Pacha Mama.	
Servicios	Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados"	
Infraestructura	Accesibilidad por medio de primer orden, segundo orden y de tercer orden (Chakiñan o caminos vecinales)	
Medios de información y comunicación	Página web del GAD parroquial de Toacaso. Emisoras locales: Radio Inti Sisa, Radio La Voz de los Chillos, Radio Iluman.	
Características de la demanda	Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas	
Experiencia sugerida	Recorridos por las plazas y mercado para conocer y degustar de los platos de la cocina tradicional.	

Nota. La tabla anterior, muestra información detallada del producto turístico denominado “Kaypi llakta”.

- **Procedimiento 3: Priorización de los productos turísticos específicos**

Se ejecuta una priorización de los 4 productos específicos de acuerdo a los siguientes elementos:

- Accesibilidad
- Presupuesto
- Interés de los gestores (autoridades competentes, prestadores de servicios y comunidad receptora o a organización social de la hacienda)

Tabla 33

Priorización de los productos turísticos específicos

Productos	Descripción	Justificación
turísticos		
Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Sitio idóneo para Senderismo, trekking, camping, ciclismo y observación de flora y fauna (paseos a caballo y pesca en estanques).	Accesibilidad: Buena Presupuesto: \$ 508,54 en el Anexo 5 Interés de los gestores: Positiva
Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Huerto ecológico y ordeño para la preparación de productos derivados de leche.	Accesibilidad: Adecuada Presupuesto: \$ 1.030,90 en el Anexo 6 Interés de los gestores: Positiva
Aventura en el Zunfo "Zunfo lluqsi"	Senderismo, camping y ciclismo de montaña	Accesibilidad: Buena Presupuesto: \$415,65 en el Anexo 7 Interés de los gestores: Positiva
Sueños en tierra "Kaypi llakta"	Habilidades y técnicas artesanales, gastronomía y uso de hierbas medicinales.	Accesibilidad: Buena Presupuesto: \$ 187,20 en el Anexo 8 Interés de los gestores: Positiva

Nota. Es así, como en esta tabla se identifican los atractivos más viables del territorio y centrar los recursos en estos productos turísticos que tienen un gran potencial.

Paso 3: Organización y gestión de los productos turísticos específicos

En este apartado se pretende organizar recorridos en torno a un producto agroturístico en la parroquia de Toacaso. Por ende, se forma una ruta que integra las 4 modalidades

turísticas (ecoturismo agroturismo, trismo de aventura y cultural), asimismo, la oferta permite al turista conocer e interactuar con las actividades turísticas propias del entorno.

Objetivo

- Establecer las acciones y actividades concretas a corto plazo para un adecuado desarrollo y gestión del producto agroturístico

Forma de trabajo

- Dinámica grupal en conjunto con los actores involucrados

Fuente de información

Evaluación del potencial turístico grupal

Cabe mencionar que la ruta agroturística es de carácter espacial ya que se lleva a cabo en un área geográfica agrícola. Para intereses del producto es pertinente centrarse en la ruta física ya que abarca la siguiente tipología:

Tabla 34

Tipología de ruta física

Tipología de Ruta física	
Tipología	Actividad
Ruta física	Recorridos para trekking (senderismo) o ciclismo de montaña.

Nota. Es en esta tabla, que se explica el recorrido definido con los puntos de interés ya que proporcionan una estructura y una guía para los turistas.

Proceso metodológico.

- **Procedimiento 1: Eje de interpretación**

En el eje de interpretación de acuerdo a los productos específicos obtenidos se debe priorizar aquellas actividades que tengan un vínculo con la parroquia Toacaso, asimismo colocar los operadores o actores claves para su desarrollo y aspectos de fortalecimiento.

Tabla 35

Ficha de trabajo para la organización y gestión de productos turísticos - Interpretación

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Interpretación	Interpretación de la ruta de actividades agroturísticas	<ul style="list-style-type: none"> • GAD parroquial • Prestadores de servicios • Organización social de la hacienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de las bondades del territorio • Levantamiento de inventario de atractivos y recursos • Información técnica de las actividades agroturísticas • Dípticos o trípticos de la ruta para los turistas

Nota. La tabla anterior, indica como en el eje de interpretación se realiza a través de la colaboración de actores parroquiales y de actividades de fortalecimiento.

- **Procedimiento 2: Eje definición de tour**

En el eje de definición del tour enfocado en los productos específicos priorizados se trabaja la factibilidad, para lo cual, se debe mapear e identificar los recorridos tentativos.

Tabla 36

Ficha de trabajo para la organización y gestión de productos turísticos – Definición de tours

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Definición del tour	Creación de la ruta de actividades agroturísticas	GAD parroquial Prestadores de servicios Organización social de la hacienda	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los productores agrícolas y prestadores servicios turísticos que participarán en la nueva oferta turística. • Identificación de diferentes paquetes turísticos. • Conceptualización y diseño de mapas del tour turístico.
	Reglamentar la operación de la ruta	Todos los participantes de la ruta	<ul style="list-style-type: none"> • A futuro realizar el reglamento de la operatividad

Nota. La tabla, muestra como n el eje de Definición de Tour se realiza a través de acciones, actividades para la creación y reglamentación de una ruta, en conjunto con la colaboración de actores parroquiales y de actividades de fortalecimiento.

- **Procedimiento 3: Eje propuesta de valor**

En este punto, se genera el eje de puesta en valor, es decir se trabaja en mejoras para los productos turísticos específicos.

Tabla 37

Ficha de trabajo para la organización y gestión de productos turísticos – propuesta de valor

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Propuesta en valor	Bosque de Pinos “Yura Mishki Tinku”	Todos los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Concientización ambiental • Manejo de bicicletas • Técnicas y reglas de acampar • Educación ambiental
	Tierra ecológica “Kawsay pacha”	Organización social de la hacienda	<ul style="list-style-type: none"> • Manual sobre hospitalidad y manipulación de alimentos • Establecer habitaciones con servicios básicos, al igual que un restaurante
	Aventura en el Zunfo “Zunfo lluqsi”	Organización social de la Hacienda	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica de ciclismo de montaña en el Valle el Zunfo
	Sueños en tierra “Kaypi llakta”	Todos los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de gastronomía autóctona • Leyendas e historia de Toacaso

Nota. La tabla anterior, tiene como objetivo identificar y definir los elementos claves de la propuesta de valor de los productos turísticos específicos donde incluyen las actividades de fortalecimiento.

• **Procedimiento 4: Eje de integración de actores**

En este apartado, se desarrolla el eje de integración de actores que están estrechamente interesados y vinculados con el sector turístico, mismos que se beneficiaran de la ruta de actividades agroturísticas.

Tabla 38

Ficha de trabajo para la organización y gestión de productos turísticos – Integración de actores

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Integración de los actores	Integración con los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Guías nativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Se amerita de involucrar a operadores turísticos capacitados • Invertir para Certificación de guías locales • Capacitación para brindar servicios de alojamientos y establecimientos de la alimentos y bebidas
	Transporte local	<ul style="list-style-type: none"> • Coop. de Transporte en Camionetas "San Ignacio de Toacaso" • Coop. de Transporte en Camionetas "Aglomerados" • Transporte interparroquial Ilinizas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de la infraestructura vial para el acceso a los diferentes puntos que ofertan las actividades turísticas y de igual manera, dentro de la hacienda.

Nota. Con esta tabla, la organización social de la hacienda podrá integrar los actores involucrados en el ámbito turístico para desarrollar promociones de acuerdo a las necesidades de los clientes.

- **Procedimiento 5: Imagen y posicionamiento del producto turístico**

El tema de promoción surge del diagnóstico situacional, donde se pudo constatar que efectivamente es necesario contar con una estrategia de comercialización a fin de potenciar el producto agroturístico bajo las siguientes pautas:

Figura 25

Imagen y posicionamiento del producto agroturístico

<p>Comunicar: actividades turísticas agropecuarias en Toacaso</p>	<p>Público objetivo: turistas locales, nacionales e internacionales</p>	<p>Objetivo de la promoción: diversificación de la oferta turística</p>
<p>Técnicas de promoción: publicidad online e impresa</p>	<p>Actividades de promoción: corto y mediano plazo</p>	<p>Presupuesto: en relación a la agenda de inversión de publicidad \$ 1.950,00 en el Anexo 9.</p>

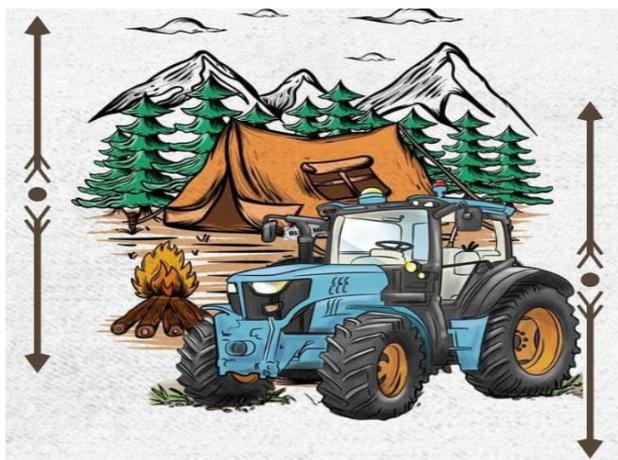
Nota. En la figura 25, permite a los organizadores definir estrategias de promoción para el producto agroturístico.

- **Detalles de la imagen de producto agroturístico**

- a) **Nombre:** *Agro-Aventuras del Turismo*
- b) **Isotipo:** elementos agrícolas y ganaderos

Figura 26

Isotipo del producto agroturístico



Nota. Esta imagen muestra una representación del producto agroturístico, con un fondo de la naturaleza, una carpa, una fogata y un tractor como experiencia de la actividad agraria.

Colorimetría del Isotipo. En el caso el isotipo toma como referencia, los colores verdes que representan el bosque de pinos que rodea la hacienda Alison, dándole una sensación de armonía y tranquilidad. El blanco, por su parte, es utilizado para representar los dos picos principales del nevado los Ilinizas y el pico de la mitad representa la zona intermedia de los dos picos que está cubierta de glaciares y roca, lo que aporta un toque de elegancia y sofisticación al ambiente.

El color marrón se utiliza para representar la experiencia del camping junto a una fogata, lo que sugiere calidez y comodidad. Además, este color también representa la madera y los materiales naturales que se pueden encontrar en la hacienda.

Por otro lado, el tractor de color celeste con ruedas negras representa la actividad agrícola a la que se dedica la hacienda, brindando una sensación de progreso y modernidad. Las flechas representan la continuidad del camino, aportan un toque de dinamismo y dirección para explorar el medio natural.

c) **Logotipo:** se combina el logotipo con el isotipo

Figura 27

Logotipo del producto agroturístico



Nota. La figura representa el producto agroturístico, siendo un elemento clave para identificar la marca y así los turistas puedan reconocer y recordar el logotipo.

El logotipo de Agro Aventuras presenta un diseño atractivo y llamativo, que combina el color negro y marrón claro para crear una sensación de elegancia y rusticidad. El uso de la palabra “Agro” sugiere seriedad y profesionalismo, mientras que en el marrón de la palabra “Aventuras” representa la naturaleza y la aventura.

El tipo de letra utilizado en el logotipo es Shrikhand, que se encuentra en la plataforma de diseño Canva. Esta fuente se caracteriza por ser elegante y estilizada lo que refuerza la sensación de calidad que busca transmitir en el logo.

El diseño general del logotipo sugiere una empresa que se dedica a actividades relacionadas con la naturaleza y la agricultura. La relación de colores y la fuente de letra están en sintonía con este mensaje, creando una imagen de empresa que ofrece actividades de aventura al aire libre.

d) **Eslogan:** el lema publicitario es *“Descubre la naturaleza desde la raíz”*

Figura 28

Logotipo del producto agroturístico con eslogan



Nota. La figura anterior presenta el proceso de transformación para recordar el producto agroturístico con el eslogan.

El eslogan “Descubre la naturaleza desde la raíz” se integra perfectamente con el logotipo de Agro Aventuras, ya que representa la esencia de lo que ofrecería la hacienda Alison. La unión del logotipo, con sus colores marrón y negro y su fuente elegante, transmiten la idea de una empresa de calidad. El eslogan, por su parte destaca la conexión con la naturaleza y la agricultura, representando la pasión por descubrir y explorar la belleza natural desde su raíz.

De forma que, se da paso al eje de comercialización y promoción en el cual se expone la planificación para el producto agroturístico.

Tabla 39

Ficha de trabajo para la organización y gestión de productos turísticos – Comercialización y promoción

Eje	Acción / atractivo	Operadores / actores	Actividades y necesidades de fortalecimiento
Comercialización y promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en redes sociales tanto en Facebook, Instagram y tiktok • Señalética turística • Participación en ferias con eventos promocionales • Incentivos para los prestadores de servicios que participen • Negociación con agencias de viajes • Insumos como folletos, dípticos, trípticos, entre otros 	Todos los actores	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir cuentas de redes sociales • Realización de paquetes turísticos con agencias nacionales • Elaborar señaléticas turísticas • Negociación con imprentas para los insumos de material turístico impresos

Nota. Para esta tabla, es necesario entender que los datos recopilados para la promoción del producto agroturístico fue necesario detallar aspectos relacionados al producto

Diseño de paquetes turísticos

El paquete agroturístico denominado “*Agro-Aventuras del Turismo*” está compuesto por el diseño de dos rutas, la primera de full day y la segunda de dos días y una noche.

Objetivo

- Diseñar dos rutas turísticas en torno a las actividades agroturísticas

Forma de trabajo

- Dinámica grupal en conjunto con los actores involucrados

Fuente de información

Evaluación del potencial turístico

Procedimiento metodológico.

Es aquí donde se evalúa el potencial turístico de la hacienda Alison para incluir actividades turísticas en la parroquia de Toacaso de acuerdo al macro producto y los específicos, que son los elementos para el diseño del producto agroturístico.

- **Procedimiento 1**

Dentro del listado de priorización se toma en cuenta a los 4 productos específicos, los cuales son:

1. Bosque de Pinos “Yura Mishki Tinku” (modalidad ecoturismo)
2. Tierra ecológica “Kawsay pacha” (modalidad agroturismo)
3. Aventura en el Zunfo “Zunfo lluqsi” (modalidad turismo de aventura)
4. Sueños en tierra “Kaypi llakta” (modalidad turismo cultural)

- **Procedimiento 2**

De acuerdo a los atractivos más importantes se registran el punto de partida que es la localización y distancia entre atractivos para formar los recorridos.

- **Procedimiento 3**

En cada punto de partida se debe colocar el atractivo, actividad y servicios concernientes a la oferta turística.

- **Procedimiento 4**

Se coloca la experiencia vivencial y también el conocimiento vinculado a la cultura, costumbres y tradiciones que se oferta al turista.

- **Procedimiento 5**

Es pertinente establecer el kilometraje entre cada punto de partida, tiempo hora.

- **Procedimiento 6**

Se diagrama la siguiente matriz de ruta.

Tabla 40

Ruta Full Day

FULL DAY							
Hora	Centro base	Atractivo	Servicio	Actividad	Descripción	Tiempo (h)	Distancia (km)
9:00 am	Inicio del recorrido en el Parque central de la parroquia de Toacaso		Fotografía Transporte	Explicación del recorrido	Bienvenida al grupo	20 min	
Tranfer 09:05 am - 09:20 am						15 min	12 km
09:20 am - 11:30 am	Hacienda agroturística	Recorrido Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Folletos promocionales Guianza	Taller de técnicas huerto ecológico y productos derivados de la leche	Uso del arado en la actividad de siembra de papas Recorrido en el proceso de extracción y preparación de productos derivados de la leche en la zona de ordeño	2h:10 min	
11:30 am - 13:40 pm	Valle	Recorrido Aventura en el Zunfo "Zunfo lluqsi"	Alimentación (Bock lunch)	Ciclismo de montaña	Recorridos por senderos	2h:10 min	107 km
13:40 pm a 14:20 pm	Retorno al centro de Toacaso y final del recorrido.		Transporte			40 min	33 km

Nota. La tabla especifica las actividades y visitas turísticas específicas que se ofrecerán en forma de paquete. Los cuales incluyen transporte, alimentación, guías, entradas y otros servicios.

Tabla 41

Ruta dos días y una noche

RUTA DOS DÍAS Y UNA NOCHE							
<i>Hora</i>	<i>Centro base</i>	<i>Atractivo</i>	<i>Servicio</i>	<i>Actividad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Tiempo (h)</i>	<i>Distancia (km)</i>
Día 1							
9:00 am	Inicio del recorrido en el Parque central de la parroquia de Toacaso		Fotografía Transporte	Explicación del recorrido	Bienvenida al grupo	15 min	
9:15 am 11:30 am	Valle	Recorrido en Aventura en el Zunfo "Zunfo llugsi"	Alimentación (Bock lunch)	Ciclismo de montaña	Recorridos por senderos	2h:15 min	112 km
Transfer 11:30 am – 12:00 am						30 min	25 km
12:00 am 13:30 pm	Hacienda colonial	Recorrido por la Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Alimentación (Almuerzo)	Gastronomía	Degustación de gastronomía local	1h:30 min	
13:30 pm 16:00 pm	Hacienda colonial	Recorrido por Sueños en tierra "Kaypi llakta"	Cultura	Fotografía Guianza Compra de artesanías	Explicación del uso de hierbas medicinales Recorrido por el proceso de artesanías de madera en la hacienda "Alison"	2h:30 min	
Tranfer 16:00 pm - 16:40 pm						40 min	33 km
16:40 pm	Bosque	Recorrido por el Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Camping y alimentación (Cena o bock lunch)				

Día 2							
07:30 am 08:30 am	Bosque	Recorrido por el Bosque de Pinos "Yura Mishki Tinku"	Fotografía	Senderismo Observación de flora y fauna Camping	Actividades de senderismo para observación de flora y fauna en el Bosque de Pinos	1:00 h	50 km
Transfer 08:30 am – 08:40 am						10 min	8 km
08:40 am 09:25 am	Hacienda agroturística	Recorrido por la Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Alimentación (Desayuno)	Gastronomía	Degustación de gastronomía local	45 min	
09:25 am 12:30 pm	Hacienda agroturística	Recorrido por la Tierra ecológica "Kawsay pacha"	Folletos promocionales Guianza	Taller de técnicas huerto ecológico y productos derivados de la leche	Uso del arado en la actividad de siembra de papas Recorrido en el proceso de extracción y preparación de productos derivados de la leche en la zona de ordeño	3h:15 min	
13:40 pm a 14:20 pm	Retorno al centro de Toacaso y final del recorrido.		Transporte			40 min	33 km

Nota. Este paquete detallado en la Tabla 41, ofrecen más posibilidades de conocer la hacienda "Alison" aprovechando al máximo el tiempo disponible.

Diseño del circuito agroturístico

A partir de este apartado, se presenta una propuesta de senderos o circuito agroturísticos que permitirán a los turistas conocer y disfrutar los atractivos de la hacienda “Alison”. Estos circuitos estarían diseñados para incluir una variedad de actividades y paradas estratégicas, los cuales ofrecerían una experiencia inolvidable de los encantos de la hacienda.

Figura 29

Circuito turístico de la hacienda “Alison”



Nota. La figura se muestra los distintos puntos estratégicos del circuito de la hacienda “Alison”

Para comprender mejor la imagen anterior, se detallará cada una de los puntos y las actividades que se llevan a cabo en el circuito agroturístico de la hacienda “Alison”.

- A. El primer punto denominado punto A, se encuentra en la entrada de la vía Sigchos desde Toacaso, y conduce a la hacienda “Alison”.
- B. Luego de recorrer 700 metros desde la entrada de la hacienda, se encuentra un parqueadero donde los turistas pueden estacionar sus vehículos. Desde ese punto, se toma el camino de la izquierda, lo que lleva al punto B. Aquí, los turistas pueden realizar un trekking de baja dificultad durante 10 minutos para llegar a la zona de ordeño donde pueden practicar de ordeño y conocer la elaboración de productos lácteos.
- C. Continuando por el mismo camino, a una distancia aproximadamente de 1 Kilómetro y con un nivel de intensidad baja, se llega a la zona de pesca. Esta actividad permite a los turistas utilizar diferentes técnicas y equipos para capturar a los peces. Por lo general, se utilizan señuelos artificiales o cebos naturales para atraerlos, e incluso se brindarán explicaciones sobre las técnicas para pescar con mosca, con anzuelo, con carnada y con red. Cabe destacar lo que se pretende enseñar a los turistas es solo la experiencia de las técnicas de pescar, para garantizar la sostenibilidad y la seguridad de la actividad turística.
- D. Después de caminar 2 con un nivel de dificultad bajo, los turistas conocerán la zona del huerto ecológico, donde se llevan a cabo diversas actividades relacionadas con la producción y cuidado de plantas, vegetales y frutas de manera natural y sostenible, sin la necesidad de utilizar productos químicos. Los turistas podrán aprender sobre la preparación del terreno, la siembra de semillas, compostaje, el cuidado de las plantas y la cosecha de las plantas cuando han crecido.
- E. Para llegar al punto E, es necesario regresar por cada uno de los puntos anteriormente descritos hasta el parqueadero, donde los turistas podrán equiparse con los implementos necesarios para instalarse en la zona de camping. El camino hacia el

punto E es desde el parqueadero hacia el camino de la derecha y se recorre aproximadamente 3 Kilómetros con un nivel de dificultad medio, ya que deben subir una montaña semi empinada. En la zona de camping, los turistas podrán acampar cómodamente y disfrutar la tranquilidad del lugar, podrán observar las estrellas por la noche y disfrutar de las fogatas en las áreas destinadas para para ello.

- F. En caso de que el turista no desee acampar, puede continuar por el camino de la izquierda durante 1.5 Kilómetros con un nivel de dificultad medio, para llegar a la casa hacienda, donde podrán alojarse. Dentro de la hacienda, los turistas tienen facilidades para el servicio de alimentación, con la oportunidad de degustar la gastronomía típica. En el punto F, los turistas podrán aprender sobre las hierbas medicinales y sus usos, como el “Zunfo” que se encuentran en forma de té. Además, en la hacienda se ofrecerá un recorrido por el proceso de elaboración de artesanías de madera para la venta.
- G. Para llegar al punto G, es necesario continuar por el camino de la derecha desde la zona de camping (Punto E) y recorrer aproximadamente 4 Kilómetros con un nivel de dificultad medio. En la zona del cultivo de papas, se brinda una explicación detallada de esta actividad, incluyendo el proceso de preparación del suelo para el cultivo de papas, riego, eliminación de maleza, la cosecha y el almacenamiento.
- H. Seguidamente para que los turistas lleguen al punto H, se recorren 5 kilómetros desde la hacienda a la izquierda, con un nivel de dificultad alto. Aquí, se puede realizar actividades de ciclismo de montaña adentrándose en los senderos, atravesando obstáculos naturales que incluyen subidas y bajadas empinadas, saltar obstáculos, sortear rocas y raíces. Al final del recorrido, se encuentra un mirador natural que ofrece una vista impresionante del nevado Los Ilinizas.
- I. Dese la hacienda, los turistas pueden tomar el camino a la derecha para realizar actividades de cabalgata, que tiene un nivel de dificultad bajo. Para esta actividad los turistas pueden recorrer los senderos y caminos de la hacienda en caballos por una

hora, disfrutando la experiencia del momento, disfrutando de la belleza del paisaje, la naturaleza y la observación de flora y fauna de la hacienda.

- J. Finalmente, para llegar el punto J, se debe recorrer unos 3 Kilómetros aproximadamente y realizar senderismo por el bosque de pinos, con un nivel de dificultad bajo, gracias a los senderos bien marcados que permiten a los turistas caminar y explorar la naturaleza. Los senderos son cortos y sencillo, pero también hay un sendero largo que permiten la observación de la flora y fauna del lugar. Además, se puede disfrutar de espacios para tomar fotografías en el espacio natural.

Modelación de negocios con la herramienta CANVAS

Cuando la idea de un producto turístico está claramente determinada y admitida como oportunidad real de negocio, es tiempo de formar o esquematizar esta finalidad. Por tanto, el modelo de negocio describe las bases sobre las que la hacienda “Alison” crea, suministra y atrae valor. En este apartado se plantea la modelación del producto agroturístico con la herramienta CANVAS, que ayuda de manera metódica a describir aquellos aspectos esenciales para llevar a cabo el modelo que está conformado por nueve bloques.

Bloque 1: Clientes

Los clientes que en este caso son la demanda turística, quienes están en el centro del modelo del producto agroturístico, porque sin ellos el sector turístico no puede sobrevivir. Para determinar la mejor manera de satisfacer las necesidades de los turistas, es importante comprender las necesidades de estos segmentos y, para ello, la investigación y los resultados de las encuestas proporcionan información útil sobre qué servicios o actividades prefieren los turistas, su edad y su procedencia.

La ubicación geográfica de los clientes es un aspecto clave en la estrategia de marketing y promoción de la hacienda Alison. Esta se enfoca en atraer a turistas locales, nacionales e internaciones, por lo que su ubicación geográfica se ha tenido en cuenta en la planificación de la oferta turística.

Para el volumen de ventas esperados dependerá de varios factores, como la demanda de los productos, servicios ofrecidos, el interés por los servicios agroturísticos y la competencia en el mercado. Sin embargo, se toma en consideración que el volumen de ventas puede variar entre las temporadas altas y bajas del año.

Bloque 2: Propuesta de valor

La propuesta de valor es el factor determinante que hace que los turistas locales, nacionales e internacionales elijan el producto agroturístico que ofrecerá la hacienda “Alison”. Para definir la propuesta de valor para cada turista, es necesario considerar algunas preguntas de acuerdo a la metodología que aborda el producto agroturístico.

En el caso de la hacienda “Alison”, se ofrecerán productos y servicios turísticos que incluyen hospedaje, alimentación, además de actividades ecoturísticas, agroturismo, turismo de aventura y de turismo cultural. Incluso, dependiendo del paquete turístico que el cliente elija, se ofrecerán una diversificación de estos servicios.

Las características tangibles del producto se refieren a aspectos que se pueden percibir con precisión, como la calidad y comodidad del alojamiento, las variedades y calidad de los alimentos y bebidas, e incluso del espacio geográfico de cada uno de los paquetes específicos.

Por otro lado, las características intangibles del producto se refieren a la experiencia única y personalizada que se ofrece, la conexión con la naturaleza y la cultura local, el aprendizaje y la exploración, así como satisfacción emocional que los clientes experimentan al realizar actividades que les gustan.

En el agroturismo, los productos tienen componentes intangibles que deben identificarse y comunicarse a los turistas, ya que son los que más peso tienen en las decisiones de compra de los viajeros.

El reto consiste en encontrar los rasgos distintivos del producto agroturístico, es decir, lo que lo diferencia de otros productos y lo que puede atraer a los turistas. Por lo tanto, la

hacienda “Allison” debe utilizar los conocimientos de los turistas para crear valor, lo que le permite captar valor.

Algunos de los factores de creación de valor en el agroturismo rural en los que debe basarse la oferta son:

- Convertir el conocimiento local en propiedad intelectual incluyendo una marca e imagen que transmita la denominación de origen.
- Describir los conocimientos y las prácticas de la comunidad de San Francisco, el modo de vida, los personajes locales, la lengua y narrar la historia de la hacienda “Alison”.
- El agroturismo debe diseñarse para ofrecer a los turistas una experiencia agroturística directa relacionada con las actividades agropecuarias, las tradiciones y la cultura implantada en la hacienda “Alison”.
- Destacar las atracciones agroturísticas poco comunes en otras parroquias.
- Capitalizar la reputación de un activo material o inmaterial.
- Dar a conocer la gastronomía local típica de la comunidad de San Francisco como elemento importante del producto agroturístico.
- Trabajar en colaboración con autoridades competentes, prestadores de servicios y comunidad receptora.
- Desarrollar las competencias de quienes participan en la oferta de agroturismo.
- Promover la calidad a todos los niveles (por ejemplo, servicios de agroturismo con normas de bioseguridad).

Bloque 3: Canales

Los canales se refieren a la forma en que el producto agroturístico llega al turista e interactúa con él, de esta forma se puede trabajar en los siguientes canales:

Canales indirectos: oficinas, agencias de viajes y operadores turísticos.

Canales alternativos: asociaciones sin ánimo de lucro que ayudan a promocionar el producto agroturístico a través de sus sitios web, revistas y anuncios.

Canales directos: esta opción abarca a los prestadores de servicios cuyas empresas que pueden ofrecer el producto agroturístico directamente a través de sus sitios web o redes sociales.

Bloque 4: Relación con clientes

El contenido de la comunicación con cada grupo debe ser adaptado a las necesidades, intereses y expectativas de cada grupo, ya que, si existen turistas interesados en el agroturismo, se enfatizará en las actividades relacionadas con la agricultura para que conozcan el huerto ecológico, el cultivo de papas, las actividades que se dan en la zona del ordeño, la zona de alimentación de animales.

También, es importante considerar un servicio posventa en la hacienda Alison, ya que esto permite mantener una relación cercana con los clientes y fomentar la lealtad. Para la comunicación posventa puede incluir información sobre ofertas especiales, descuentos, promociones, eventos y otras novedades relacionadas al producto turístico.

Además, la comunicación posventa puede ser una oportunidad para solicitar comentarios y sugerencias de los clientes, y para evaluar la satisfacción y el impacto de los servicios ofrecidos. Esto permitirá a la Hacienda mejorar continuamente su oferta turística y adaptarse a las necesidades y demandas del mercado.

Bloque 5: Fuentes de ingresos

Para determinar el precio del producto agroturístico, se realiza un cálculo basado en los beneficios netos de operaciones, que se componen de un 12% para imprevistos y un 35% de la utilidad, en relación con el número de pax. Los costos de producción, tanto fijos como variables, de cada una de las actividades que se realizan en la hacienda se pueden encontrar en el Anexo 10.

Con el objetivo de promover la demanda durante los meses de menor actividad y generar ingresos durante todo el año, la hacienda ofrece precios más bajos en temporada baja. De esta manera, se pretende atraer a los turistas en épocas donde la actividad turística es menor y fomentar su visita en cualquier momento del año.

Bloque 6: Recursos claves

Este componente del producto agroturístico debe ser capaz de expresar y responder a los medios tangibles, intelectuales, económicos y de recursos humanos necesarios para implantar y mantener una propuesta de valor exitosa. En este sentido, se deben considerar las siguientes preguntas.

Para garantizar el éxito de cualquier negocio turístico, es fundamental contar con un personal capacitado en el servicio turístico y la atención al cliente. Un equipo capacitado puede mejorar la calidad del servicio, aumentar la eficiencia, generar confianza y expectativas de los turistas. Por lo tanto, invertir en la capacitación y formación de los empleados es esencial para asegurar un servicio de calidad, satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

Se requieren varios recursos para implementación y el mantenimiento exitoso del negocio agroturístico, como son:

- Recursos humanos: personal capacitado y motivado en áreas como atención al cliente, operaciones, hospedaje, entre otras
- Recursos financieros: para invertir en capacitación, mejora de instalaciones y promoción.
- Recursos materiales: como equipos de oficina, tecnología, mantenimiento, entre otros.
- Recursos informativos: manuales de capacitación, programas de formación, información turística actualizada

Bloque 7: Actividades clave

Este componente para el producto agroturístico es sumamente importante para la actividad exitosa de la Hacienda “Alison”, debido que, incluye acciones claves para formar y conservar la propuesta como es el producto, y al igual que los recursos claves se deben exponer hacia el cliente para generar una relación entre turista e ingresos enfocados a la actividad turística.

Las actividades claves relacionadas con la prestación del servicio incluyen la preparación y mantenimiento de las instalaciones, la recepción y atención al cliente, incluso la realización de actividades relacionadas con la producción agrícola ganadera. Mientras que para las actividades claves relacionadas con la venta de productos incluye la promoción y publicidad, la venta directa, la comercialización y la creación de estrategias de fidelización.

Bloque 8: Socios

En la actualidad, existe una baja participación de empresas turísticas que operan sin la ayuda de terceras personas o socios clave, dado que necesitan asesoría y apoyo para implementar nuevas innovaciones dentro de los servicios que ofertan. De esta manera, los socios para el producto agroturístico se dividen en los siguientes grupos:

- Los socios directos, que vienen siendo las personas con las cuales la Hacienda “Alison” maneja las actividades que están inmersas dentro del producto. Entre ellos se encuentran la compañía de transporte, los proveedores, los productores de alimentos cercanos a la hacienda, los trabajadores que brindan el servicio de atención, etc.
- Los socios indirectos, que representan aquellas instituciones o entidades públicas y privadas que facilitan la operación turística en la parroquia de Toacaso, es decir, que otorgan el permiso y facilidad de desarrollar el producto agroturístico. Aquellas instituciones son: Ministerio de Turismo, Dirección de Turismo, GAD del cantón Latacunga, GAD parroquial de Toacaso, Agencias de viaje, instituciones financieras, etc.

Bloque 9: Estructura de costos

Considerando la propuesta del producto agroturístico la estructura de costos puntualiza que los costos o valores más importantes relacionados con el modelo de negocio incluyen los costos de producción, mantenimiento y reparación, personal, promoción y publicidad, también la infraestructura y equipamiento.

Tabla 42

Resultado modelación de negocios con la herramienta CANVAS de un producto agroturístico

Bloque 8	Bloque 7	Bloque 2	Bloque 4	Bloque 1
<p>Socios</p>  <p>Directos: Proveedores Productores Servidores Compañía de transporte asociado</p> <p>Indirectos: MINTUR GAD Latacunga GAD parroquial Toacaso Instituciones financieras Agencias de viajes Transporte turístico</p>	<p>Actividades claves</p> <p>Identificación de las nuevas tendencias turísticas. Diseño de actividades agroturísticas Comercialización de los productos locales de Toacaso Práctica de actividades turísticas</p> <hr/> <p>Bloque 6</p> <p>Recursos Claves</p>  <p>Recursos económico (financiamiento) Recursos humanos (colaboradores, turistas) Recursos materiales (señalética) Recursos tecnológicos (wifi, uso de códigos QR)</p>	<p>Propuesta de valor</p>  <p>Tangible: Bosque de Pinos “Yura Mishki Tinku” Tierra ecológica “Kawsay pacha” Aventura en el Zunfo “Zunfo lluqsi” Sueños en tierra “Kaypi llakta”</p> <p>Intangible: Son las experiencias que se realicen en las actividades de los productos específicos. La comodidad en el servicio de alojamiento. La calidad del servicio de alimentos y bebidas</p>	<p>Relación con Clientes</p>  <p>GAD parroquial (punto de información) Emisoras radiales Redes sociales</p> <hr/> <p>Bloque 3</p> <p>Canales de Distribución</p>  <p>Canales indirectos: agencias de viajes y turoperadores. Canales alternativos: Redes sociales y páginas webs de entidades gubernamentales Canales directos: Redes sociales de prestadores de servicios</p>	<p>Cientes</p>  <p>Turistas: Locales Nacionales Internacionales</p> <p>Encuesta: Jóvenes adultos de 21 a 30 años Masculino y femenino Interesados en los atractivos naturales y manifestaciones culturales e históricas.</p>
<p>Bloque 9</p> <p>Estructura de costos</p> <p>Contrato del personal administrativo y operativo Costos de marketing y difusión turística Costos de adquisición de productos alimenticios Gastos de estructura Pago a proveedores</p>	 <p>Producto: agroturístico Canal: redes sociales y páginas webs (GAD) Apoyo: Ministerio de Turismo, Dirección de Turismo.</p>	<p>Bloque 5</p> <p>Fuentes de Ingresos</p> 		

Nota. Modelo CANVA del producto agroturístico de la idea de negocio de la hacienda “Alison”

Conclusiones

Después de haber culminado con el trabajo de investigación, se permiten hacer las siguientes conclusiones:

- El turismo puede ser una fuente importante de crecimiento económico y generación de empleo, especialmente en la industria turística. Por esta razón, se ha realizado una investigación para determinar el potencial turístico de la hacienda "Alison". Esta investigación se basó en la fundamentación teórica de fuentes científicas primarias y secundarias para identificar la participación del turismo en la actividad agrícola ganadera como producto turístico. También, se investigó cuáles serían los factores críticos para éxito del producto turístico, como las tendencias del mercado y las tendencias actuales del turismo.
- Al desarrollar las metodologías y gracias a la investigación se ha identificado que las características territoriales de la hacienda "Alison" son fundamentales para el diseño del producto agroturístico. Esto incluye que en la evaluación multidimensional de la oferta y demanda turística se identificaron diferentes recursos turísticos y actividades disponibles para cada una de las necesidades y preferencias de los turistas potenciales. Pero, a pesar que la organización social de la hacienda "Alison" se encuentra capacitado en las técnicas de agricultura y ganadería es necesario que el enfoque turístico sea destinado al aprovechamiento de los recursos para el diseño de un producto agroturístico.
- Para el diseño del producto agroturístico en la hacienda "Alison" se realizó la planificación y gestión efectiva a través de las estrategias que proveen el desarrollo del agroturismo. Estas estrategias incluyen la promoción de la conservación y sostenibilidad de los recursos naturales, la identificación de los productos y servicios agroturísticos más atractivos y rentables, y la creación de experiencias únicas y memorables a los turistas. Además, se establecieron estrategias para el seguimiento y evaluación para garantizar la efectividad y sostenibilidad del producto agroturístico.

Recomendaciones

En relación a cada una de las conclusiones otorgadas del presente proyecto de tesis se recomienda que:

- Para un mayor fortalecimiento de la actividad agrícola ganadera en zonas rurales de la parroquia de Toacazo, es necesario que se desarrollen alianzas estratégicas con diversos actores claves, tales como el Gad parroquial de Toacazo, organizaciones locales y empresarios turísticos. Estas alianzas pueden contribuir a la promoción y desarrollo del turismo sostenible y responsable en la parroquia, es así como la implementación de proyectos conjuntos permitirá la mejora de la infraestructura turística y capacitación del personal local para que la actividad agrícola ganadera estén relacionados al turismo.
- Es importante que la organización social de la hacienda “Alison” enfoque sus esfuerzos en el desarrollo del turismo y el agroturismo ya que para el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales se debe realizar mediante el compromiso de la gestión y planificación para la creación de las diferentes actividades turísticas. Para esto, es recomendable que se establezcan las alianzas estratégicas adaptadas en el proyecto y realizar un análisis constante de la demanda y la preferencia de los consumidores.
- Es esencial que la organización social adopte el diseño de los productos turísticos específicos (Bosque de Pinos “Yura Mishki Tinku”, Tierra ecológica “Kawsay pacha”, Aventura en el Zunfo “Zunfo lluqsi” y Sueños en tierra “Kaypi llakta”) para que la hacienda pueda diversificar sus fuentes de ingresos. Además, al promover el turismo responsable y sostenible, la organización social puede generar oportunidades para el crecimiento económico y social de la comunidad de San Francisco. Por lo tanto, es esencial que la promoción y difusión de los productos turísticos diseñados se de a través de la capacitación del personal y la colaboración con otras instituciones y actores claves de la zona.

Bibliografía

- Aranda, M., Gómez-Morales, J., & López-Sánchez, J., (2019). Agroturismo y patrimonio natural: Una propuesta de valorización y conservación en la comarca de la Subbética cordesa. Cuadernos de Turismo, (44), 1-19.
- Arias, G. (2016). Factores determinantes de la demanda turística y la satisfacción del consumidor en el cantón Tena [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23776/1/T3749e.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2002). Ley de Turismo, [Ley 97], Registro Oficial Suplemento 733 de 27 -dic.-2002. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No. 499, del 20 de octubre del 2008. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Baena, G. (2014). Metodología de la Investigación. Serie integral por competencias. DF: Patria SA De CV México. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales [Libro de texto]. Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio [PDF]. Costa Rica: Repositorio IICA. <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3028/BVE17068944e.pdf;jsessionid=5AE4468C9AD2BA2B61848B4791A40B92?sequence=1>
- Blanco, M., & Riveros, H. (2011). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Academia, 17(49), 117 -125. <https://n9.cl/xh0jc>
- Blanco, M., Araujo, M., & Escamarrán, A. (2019). *Diagnóstico y operación de productos agroturísticos* [Documento técnico]. Costa Rica: Repositorio IICA.

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE20017778e.pdf?sequence=1>

Bullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

<http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticoBERTOCBOULLON.pdf>.

Caballero, R., Martínez, J., & Osorio, N. (2019). El patrimonio agropecuario como recurso educativo para la promoción de la agricultura sostenible.

Congope. (2021). *Tomo XIV: Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19. Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Cotopaxi*.

<http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Tomo-14-completo.pdf>

CONGOPE. (como se citó en Ministerio de Turismo [MINTUR]). (2020). *Plan para la reactivación del turismo en el Ecuador 2020-2021*. Gobierno del Ecuador.

Díaz, E., Sánchez, A. (2017). El turismo rural y su contribución al desarrollo local. Caso de estudio en la comuna rural Los Naranjos, Yaracuy, Venezuela. *Revista Científica Agroecosistemas*, 5(1), 55-64.

Fernández, C., Baptista, L., & Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación*.

McGraw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

García-Castellanos, P., Martín, G., & Vicente, J. (2018). Patrimonio agropecuario y desarrollo sostenible en la era de la globalización. *Revista de Estudios Agro-Sociales*, (177), 5-29.

García, J. (2019). *Segmentación de turistas: una estrategia efectiva para la personalización de servicios turísticos*. *Revista de Investigación Turística*, 12(2), 53-68.

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi. (2018). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi 2025 [PDF]. Obtenido de https://www.cotopaxi.gob.ec/images/Documentos/PDYOT-COTOPAXI-11julio_2018.pdf

- González, C. (2021). *Segmentación de turistas por edades: un análisis de los patrones de viaje de los turistas jóvenes y mayores*. Estudios de Economía Aplicada, 39(1), 75-94.
- Google. (s.f). Google Earth [Software]. Obtenido de <https://www.google.com/intl/es/earth/>
- Haro, J. (2017). *Evaluación del Potencial turístico de los mercados: San Francisco y la floresta de la ciudad de Quito*. Revista Turismo y Patrimonio Cultural, 15, 1-17.
<https://1library.co/document/y9gd89dq-evaluacion-potencial-turistico-mercados-francisco-floresta-ciudad-quito.html>
- Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2017). Metodología de la Investigación. (6ta. ed.). México: McGraw-Hill. Doi:978-1-4562-2396-0
- Herrera, J. (2018). Plan de Turismo de la Parroquia de Toacaso. Obtenido de https://toacaso.gob.ec/cotopaxi/wp-content/uploads/2018/07/PLAN_TURISMO_TOACASO.pdf
- Mendoza Vergara, F.M (2020). *Plan de marketing para el posicionamiento de productos agroturísticos en la provincia de Manabí* (Bachelor's tesis, Calceta: ESPAM MFL). Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1296/1/TTT02D.pdf>
- Mero, R. (2015). El tipo de infraestructura turística estacional y su incidencia en el flujo de turistas del sector urbano del cantón Puerto López [Tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí].
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/631/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-22.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2011). Reglamento General de Actividades Turísticas (Decreto Ejecutivo No. 3400). Registro oficial. 726. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). Manual de atractivos turísticos de Ecuador. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo. (2014). Ley de Turismo. Quito, Pichicha, Ecuador: Ministerio de turismo. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2015). Reglamento De Alojamiento Turístico. Quito, Pichincha, Ecuador. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2021). Levantamiento del turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus covid 19. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf

MINTUR. (2019). Manual de atractivos turísticos.

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>.

MINTUR. (2019). Ministerio De Turismo del Ecuador Plan Nacional de Turismo 2030. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.

Moya, A. (2010). Atlas alimentario de los pueblos indígenas y afrodescendientes del Ecuador. MIES. doi: ISBN: 9978-92-870-7

Muñoz Ponce, C. A. (2018). *Plan de marketing comunicacional para el producto agroturístico en los cantones Buena Fe, Quevedo y Valencia, año 2017* (Bacherlor's tesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Soacial.). Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28804/1/TESIS_MU%c3%91OZ_PONCE_CARLOS_ALBERTO.pdf

- Mullins, J.W. y Komisar, R. (2017). *The Art of Startup Fundraising: Pitching Investors, Negotiating the Deal, and Everything Else Entrepreneurs Need to Know*. Jhon Wiley & Sons.
- Ninahualpa, M. (2017). Propuesta para el diseño de un observatorio de Turismo de ciudades Patrimonio de la Humanidad del Ecuador (Quito y Cuenca). Tesis de maestría no publicada, Universidad de la Sierra, Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ordoñez, L. (2013). Modelo de gestión del Agroturismo en Bolivia en la Actualidad [Tesis de grado, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio UMSA.
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14707/TG3092.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Osterwalder, A. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Pincha, G. (2019). Parte I Diagnóstico de la parroquia de Toacaso. Obtenido de https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0560018320001_DIAGNOSTICO%20FINAL%20DE%20LA%20PARROQUIA%20TOACASO%202015%20-%202016_30-10-2015_18-57-10.pdf
- Quijano, R. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricaurte.-Manualdiagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>.
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). Registro Oficial Suplemento, 465.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Reglamento General de Actividades Turísticas. (2002). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/3.Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003, junio). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria como mecanismo de desarrollo local.

- <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7764/BVE19040073e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Robles, L. (2019). Guía gastronómica ancestral del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5272/6/PC-000782.pdf>
- Rodríguez Alonso, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. Centro agrícola, 46(1), 62-65. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cag/v46n1/0253-5785-cag-46-01-62.pdf>
- SERNATUR. (2015, DICIEMBRE). Manual Paso a paso para el diseño de Productos turísticos integrados. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>.
- Socateli, M. (2013). La comercialización de servicios-productos y destinos turísticos sostenibles. En Mercadeo Aplicado al Turismo. Intermark-Consultores en Turismo.
- Tirado, J. (2017). La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualización y factores de desarrollo. Cuadernos Geográficos, 57(2), 332. <https://www.redalyc.org/pdf/171/17154972015.pdf>
- Tribunal Constitucional. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial, 449. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_d_e_bolsillo.pdf
- Vallejo, A. (2015). Diseño de productos turísticos agropecuarios. Revista de Investigación Académica, 1(52), 35-41.
- Varisco, C. A. (2013). Problemas y perspectivas de la industria turística en el partido de General Pueyrredon. Ciencias Económicas, 21(1), 101-124. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Varisco, C., & Benseny, G. (2013). Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. En J. M. Casado – Díaz, M. A. Rodríguez-García y A. V. Russo

(Eds.), Manual de geografía del turismo: herramientas, técnicas y aplicaciones (pp. 25-51). Tirant lo Blanch.

Valdés, A. (2012). *El patrimonio rural: concepto, valoración y gestión*. *Revista de estudios locales: Cunal*, 107, 7-12.

Villegas Cruz, E.E. (2019). *Innovación en el agroturismo y los servicios complementarios en el cantón Vinces* (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2019). Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7063/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000082.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos