



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: “ANÁLISIS DEL AGROTURISMO COMO ALTERNATIVA
PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA
QUISAPINCHA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA”.**

AUTORA: TUSA MASABALIN, JESSICA ALEXANDRA

DIRECTORA: ING. QUIÑÓNEZ BEDÓN, MAYRA FERNANDA

LATACUNGA

2018



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“ANÁLISIS DEL AGROTURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA”**, fue realizado por la Srta. Tusa Masabalin, Jessica Alexandra el mismo que sido revisado en su totalidad, analizado por las herramientas de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 07 de diciembre del 2018

Ing. Mayra Fernanda Quiñónez Bedón

C.C.: 0502744378

DIRECTORA



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Tusa Masabalin, Jessica Alexandra, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DEL AGROTURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA”**, es de mi autoría y responsabilidad cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 07 de diciembre del 2018

Srta. Tusa Masabalin Jessica Alexandra

C.C.:1804587804



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, Tusa Masabalin, Jessica Alexandra, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DEL AGROTURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA”**, en el repositorio institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Latacunga, 07 de diciembre del 2018



Srta. Tusa Masabalin Jessica Alexandra

C.C.:1804587804

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado principalmente a Dios por ser el ser supremo por haberme brindado la oportunidad de concluir mi carrera Universitaria y haber permitido conocer a personas que han marcado mi camino y me han enseñado que se puede cambiar el mundo si trabajamos unidos y por un mismo fin.

A mi padre Apolinario Tusa y Rosa Masabalin, quienes con su ejemplo me enseñó a ser contante, perseverante y a sacrificar todo en pro de mis sueños que poco a poco he logrado cumplirlos, además del apoyo incondicional de manera económica que han sido base clave en cada proceso. Por otro lado, y no menos importante a mis hermanas Patricia y Mélida y mi hermano Wilson quienes me han animado siempre, dándome apoyo y confiando en mí.

Tusa Masabalin Jessica Alexandra

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de las Fuerzas Armadas Espe-L, a sus autoridades y docentes que con experiencia y nos transmitieron los conocimientos necesarios y su sabiduría para alcanzar nuestro desarrollo profesional y profesional.

A la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera por los conocimientos necesarios que permitirán poner en práctica en la vida profesional con pasión y dedicación a lo que se ama.

De manera especial al Ing. Mayra Quiñónez quien fue directora del trabajo de titulación y ha dedicado su tiempo para guiarme de principio a fin que dé inicio parecía imposible; y todos quienes me supieron brindar la colaboración y la guía necesaria en el desarrollo de este trabajo de investigación.

A mis amistades que durante este proceso han constituido una pieza fundamental de enseñanza y aprendizaje, entre risas y tristezas siempre la existencia del compañerismo y lealtad, los buenos recuerdos de grandes personas que posiblemente en un futuro nos volveremos a encontrar.

Tusa Masabalin Jessica Alexandra

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1.	Antecedentes.....	1
1.2.	Justificación e Importancia	2
1.3.	Planteamiento del problema	3
1.4.	Objetivos.....	6
1.4.1.	Objetivo General.....	6
1.4.2.	Objetivo Específicos	7
1.5.	Hipótesis.....	7
1.6.	Marco Teórico.....	8
1.6.1.	Turismo.....	8
1.6.2.	Turismo alternativo	9
1.6.3.	Turismo rural.....	10
1.6.4	Agroturismo	13
a.	Actividades agroturísticas	14

b.	Características del Agroturismo.....	23
c.	Ventajas y Desventajas de la realización del agroturismo.....	24
1.6.5.	Planificación turística.....	25
1.6.6.	Sistema turístico.....	26
1.6.7.	Desarrollo turístico.....	29
a.	Dimensiones del desarrollo turístico.....	30
1.7.	Marco Legal.....	33
1.7.1.	Constitucion De La Republica Del Ecuador.....	33
1.7.2.	Ley de Turismo.....	36
1.7.3.	Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).....	37

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1.	Macro-ambiente.....	38
2.1.1.	Análisis del Agroturismo en el Ecuador.....	38
2.1.2.	Análisis Socio- Económico del Agroturismo en Ecuador.....	40
2.1.3.	Análisis Ambiental del Agroturismo en Ecuador.....	41
2.2.	Micro-ambiente.....	42
2.2.1.	Aspectos generales de la Parroquia Quisapincha.....	42
2.2.2.	Estructura Organizacional e la Parroquia Quisapincha.....	44
2.2.3.	División territorial de la Parroquia Quisapincha.....	45
2.2.4.	Zonas Productivas Agrícolas.....	46
2.2.5.	Análisis de la demanda potencial.....	47
2.2.6.	Análisis de la competencia.....	48

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.	Enfoque de la investigación:.....	50
------	-----------------------------------	----

3.2.	Modalidad de la investigación.....	51
3.3.	Nivel de investigación	52
3.4.	Fuentes y Técnicas de Recolección de datos	53
3.5.	Población y Muestra	55
3.6.	Técnicas de análisis de datos.....	57

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.	Análisis de los resultados	58
4.1.1.	Análisis e interpretación de la encuesta a los turistas	58
4.1.2.	Análisis e interpretación de la entrevista a las asociaciones	91
4.1.3.	Comprobación de Hipótesis.....	101

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1.	Datos informativos.....	105
5.2.	Macro Localización	105
5.3.	Micro localización	106
5.3.1.	Razón social de las Asociaciones.....	108
5.4.	Antecedente de la Propuesta	110
5.5.	Justificación	112
5.6.	Objetivos.....	113
5.7.	Objetivos específicos.....	113
5.9.	Diseño de la propuesta.....	115
5.9.1.	Marca del producto turístico	116
5.9.2.	Paquetes turísticos	117
5.10.	Estrategias de difusión	131
5.11.	Estrategias de comercialización	133

CONCLUSIONES.....	136
RECOMENDACIONES	138
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	140
ANEXOS	146

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Ventajas y desventajas del Agroturismo</i>	24
Tabla 2	<i>Miembros del GAD Parroquial Rural Quisapincha 2014-2019</i>	44
Tabla 3	<i>División Política de la Parroquia Quisapincha</i>	45
Tabla 4	<i>Género</i>	59
Tabla 5	<i>Lugar de procedencia</i>	61
Tabla 6	<i>Edad</i>	63
Tabla 7	<i>Instrucción académica</i>	65
Tabla 8	<i>¿Cuándo usted viaja hacia un destino, de qué manera lo hace?</i>	67
Tabla 9	<i>Visitas anteriores a la Parroquia Quisapincha</i>	69
Tabla 10	<i>Días de permanencia en la Parroquia Quisapincha</i>	71
Tabla 11	<i>Servicios utilizados para el viaje</i>	73
Tabla 12	<i>Tipo de transporte utilizado para el viaje</i>	75
Tabla 13	<i>Principales motivos para el viaje hacia la Parroquia Quisapincha</i>	77
Tabla 14	<i>Cuál es el medio en el que usted busca información de su destino de viaje?</i>	79
Tabla 15	<i>Conocimiento sobre actividades agroturísticas</i>	81
Tabla 16	<i>La actividad agroturística como actividad de interés</i>	83
Tabla 17	<i>Grado de importancia de las actividades agroturísticas</i>	85
Tabla 18	<i>Consumo del producto turístico en la Parroquia Quisapincha</i>	87
Tabla 19	<i>Pago por producto ofrecido</i>	89
Tabla 20	<i>Entrevista Asociación 1</i>	91
Tabla 21	<i>Entrevista Asociación 2</i>	92
Tabla 22	<i>Entrevista Asociación 3</i>	94
Tabla 23	<i>Entrevista Asociación 4</i>	95
Tabla 24	<i>Entrevista Asociación 5</i>	96

Tabla 25	<i>Entrevista Asociación 6</i>	98
Tabla 26	<i>Resumen general de las entrevistas</i>	100
Tabla 30	<i>Razón social de las Asociaciones</i>	108
Tabla 31	<i>Paquete turístico ASOS.PRO “El Productor”</i>	119
Tabla 32	<i>Costo Paquete turístico ASOS.PRO “El Productor”</i>	121
Tabla 33	<i>Paquete turístico ASOS.PRO “Zona Verde”</i>	121
Tabla 34	<i>Costo Paquete turístico ASOS.PRO “Zona Verde”</i>	123
Tabla 35	<i>Paquete turístico ASOS.PRO “Cascadas”</i>	124
Tabla 36	<i>Costo Paquete turístico ASOS.PRO “Cascadas”</i>	125
Tabla 37	<i>Paquete turístico ASOS.PRO “Encantadas”</i>	126
Tabla 38	<i>Costo Paquete turístico ASOS.PRO “Encantadas”</i>	130
Tabla 39	<i>Plan operativo de Asos.Pro Quisapincha</i>	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Modalidades del turismo rural	12
Figura 2.	Actividades agroturísticas.....	15
Figura 3.	Pesca en ríos	16
Figura 4.	Pesca en estanques.....	17
Figura 5.	Paseo con caballos	17
Figura 6.	Alimentación de animales de granja.....	18
Figura 7.	Proceso de elaboración de quesos.	18
Figura 8.	Papas con cuy.....	19
Figura 9.	La naturaleza rural.....	20
Figura 10.	Esquile de ovejas	20
Figura 11.	Elaboración de quesos.....	21
Figura 12.	Talleres de elaboración de quesos.....	22
Figura 13.	Funcionamiento del sistema turístico	27
Figura 14.	Mapa de ubicación de la parroquia Quisapincha.....	43
Figura 15.	Género	59
Figura 16.	Lugar de procedencia.....	61
Figura 17.	Edad.....	63
Figura 18.	Instrucción académica.....	65
Figura 19.	Manera de viaje hacia el destino	67
Figura 20.	Visitas anteriores a la Parroquia Quisapincha	69
Figura 21.	Días de permanencia en la Parroquia Quisapincha	71
Figura 22.	Servicios utilizados para el viaje.....	73
Figura 23.	Tipo de transporte utilizado para el viaje	75
Figura 24.	Principales motivos para el viaje hacia la Parroquia Quisapincha	77
Figura 25.	Medios de búsqueda de información.....	79
Figura 26.	Conocimiento sobre actividades agroturísticas	81

Figura 27.	La actividad agroturística como actividad de interés	83
Figura 28.	Grado de importancia de las actividades agroturísticas	85
Figura 29.	Consumo del producto turístico en la Parroquia Quisapincha	87
Figura 30.	Pago por producto ofrecido	89
Figura 31.	Mapa provincia Tungurahua	105
Figura 32.	Mapa parroquia Quisapincha	107

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar el agroturismo como alternativa para el desarrollo turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua, puesto que la población mayoritaria se dedica a las actividades agrarias para obtener sus propios ingresos económicos, y de esta manera lograr solventar sus necesidades básicas. Por otro lado, es preocupante mencionar que los habitantes desconocen la relación entre el turismo y la agricultura, lo cual dificulta el desarrollo económico, social y tecnológico de las familias, por tal motivo, se llevó a cabo una serie de actividades a el fin de impulsar a la población a mirar al agroturismo como una alternativa de desarrollo integral en su entorno. El punto de partida fue la fundamentación teórica que ha sido basado en investigaciones realizadas con antelación permitiendo profundizar el conocimiento en el temas de desarrollo turístico y el agroturismo desde otra perspectiva, además se realizó un diagnostico situacional para obtener información verídica acerca de la situación agroturística actual, asimismo, se estableció una metodología adecuada con herramientas adaptables a la población de estudio que permitieron la recolección de información con facilidad, a la vez dicha información ha sido analizada e interpretada respaldando el deseo de fomentar de las actividades agrarias para promover el desarrollo local, y finalmente se elaboró un producto turístico enmarcado en las actividades agrarias, la cual contiene algunos paquetes turísticos con una variedad de actividades que permitirán impulsar el turismo en la localidad y a su vez disfrutar al máximo el tiempo libre en familia.

PALABRAS CLAVE:

- **AGROTURISMO**
- **PRODUCTO TURÍSTICO**
- **ACTIVIDADES AGRARIAS**
- **PARROQUIA QUISAPINCHA**

ABSTRACT

The main objective of this research was to analyze agrotourism as an alternative for tourism development in the Quisapincha Parish, Ambato Canton, Tungurahua Province, since the majority population is engaged in agricultural activities to obtain their own economic income, and thus achieve solve their basic needs. On the other hand, it is worrisome to mention that the inhabitants are unaware of the relationship between tourism and agriculture, which hinders the economic, social and technological development of families, for this reason, a series of activities was carried out in order to impel the population to look at agrotourism as an alternative for integral development in their environment. The starting point was the theoretical foundation that has been based on research conducted in advance allowing deepening knowledge on the issues of tourism development and agrotourism from another perspective, also a situational diagnosis was made to obtain accurate information about the current agrotourism situation Likewise, an adequate methodology was established with tools adaptable to the study population that allowed the collection of information with ease, at the same time this information has been analyzed and interpreted supporting the desire to promote agricultural activities to promote local development, and finally, a tourism product was drawn up framed in agricultural activities, which contains some tourist packages with a variety of activities that will boost tourism in the town and at the same time enjoy free time as a family.

KEYWORDS:

- **AGROTOURISM**
- **TOURIST PRODUCT**
- **AGRARIAN ACTIVITIES**
- **QUISAPINCHA**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

Revisando en el repositorio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga se encontró la investigación con el tema Programa de Dinamización Turística para promover el agroturismo en la Asociación de Productores Agropecuarios “La Península” ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua realizada por Morales López, Johana Elizabeth en agosto del 2015

La investigación anteriormente mencionada tuvo como objetivo diseñar un programa de dinamización turística que promueva el agroturismo en la Asociación de Productores Agropecuarios “La Península” de la ciudad de Ambato. Así al finalizar el estudio el autor concluye que el programa de dinamización plantea los lineamientos necesarios para generar una oportunidad que brinde a los socios la alternativa para incursionar en una actividad complementaria a la agropecuaria.

En este contexto la investigación analizada ayudará a identificar los programas que ayuden al fortalecimiento de cada una de las asociaciones dentro del sector turístico que se encuentran inmiscuidas con las zonas agrícolas productivas lo cual favorece directamente a las condiciones actuales de la parroquia Quisapincha.

De igual manera Puruncaja Velasque, Wilson Geovanny en su tesis con el tema “Diseño de un Producto Agroturístico para el Desarrollo Sostenible de la Finca “Brennen” de la Universidad de las Fuerzas Armadas Espe Extensión Latacunga en

el año 2016. Teniendo como objetivo general proponer el diseño de un producto orientado al Agroturismo fundamentado en el marco del turismo nacional y extranjero considerando la línea y variedad de productos en la finca Brennen, el mismo que promueva el desarrollo local y de la actividad como tal; en síntesis el autor concluye la importancia que tiene el agroturismo en el desarrollo sostenible en el cantón Bucay, debido a que los habitantes tienen tierras fértiles y fincas para desarrollar este tipo de turismo.

En síntesis, la generación de este tipo de proyectos turísticos enmarcados en el agroturismo cada día ayuda al desarrollo de la población dentro de las zonas agrícolas, tanto en el ámbito económico y social, tal es el caso de la Parroquia Quisapincha que al aglomerar a las asociaciones dedicadas a las actividades agrícolas ayudan a dinamizar la economía.

1.2. Justificación e Importancia

La parroquia Quisapincha como la mayoría de los lugares de los Andes del Ecuador tiene como principal actividad económica la agricultura, entre los principales productos agrícolas se puede mencionar: papas, cebollas, ajo, habas, mellocos, etc.; para autoconsumo y comercialización; además de plantas medicinales y ornamentales debido a su condición geográfica. Así las asociaciones organizadas y legalmente constituidas dentro la parroquia han realizado emprendimientos en actividades agrícolas; cada una de ellas con asistencia técnica Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) que busca una producción de alta calidad sin alto impacto ambiental.

Por lo anteriormente mencionado la presente investigación dentro del aspecto social contribuirá a que las asociaciones de la Parroquia Quisapincha inmiscuidas participen de forma activa, organizada y en asociatividad con el fin aprovechar las bondades que brinda la madre tierra. A su vez sea un sitio preferido y de disfrute para los visitantes en todo lo que concierne actividades agroturísticas.

Además, este proyecto será una iniciativa servirá de modelo para las autoridades locales, con el fin de facilitar la generación de nuevos proyectos turísticos aprovechando los recursos que posee este sitio privilegiado.

En este sentido la elaboración de un producto turístico enmarcado en las actividades agrarias será de utilidad para las asociaciones participantes en esta investigación, dando a conocer las prácticas agrícolas que se realizan día a día y a la vez como una alternativa de generación económica. Por otra parte, la ayudará a las mantener a las asociaciones más organizadas a fin de promover vinculaciones con organismos públicos y privados que faciliten la generación de iniciativas turísticas.

Todas estas razones ayudarán a generar el desarrollo local promoviendo una sociedad en igualdad de condiciones, evitando la migración de la población hacia las grandes ciudades que en la actualidad se ha presenciado.

1.3. Planteamiento del problema

El Ecuador es un país privilegiado con una variedad extensa de flora y fauna la cual permite demostrar al mundo y diferenciarse de los demás territorios, además debido a la realidad geográfica permite recorrer las cuatro regiones en cuestión de

horas. Pero a la vez resulta interesante analizar que al poseer maravillas naturales y culturales no se ejecuten proyectos de acuerdo a la planificación establecida a pesar de que ya se encuentran elaborados, basta como muestra el fracaso del Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador 2020 (PLANDETUR 2020), como lo menciona el Master en Administración de Empresas (Avilés, 2017) “Esta pérdida del norte podríamos llamarla falta de planificación estratégica, un concepto que está asociado intrínsecamente con otra idea que genera terror en la burocracia: planificación a largo plazo....Actualmente el Plandetur 2020 sirve únicamente para recordarnos que en algún momento el país tuvo recursos para invertir en consultorías y estudios que pretendían mejorar la situación turística del país”.

En tal sentido el turismo dentro del país debe ser re-estructurado con proyectos que proporcionen mejoramiento económico y social, desde otro punto de vista también hay que mencionar que los proyectos con respecto al agroturismo deberían ser considerada como alternativa de desarrollo turístico en áreas rurales dedicadas a la actividad agrícola y pecuaria, de ahí que pocas familias han optado trabajar de manera independiente.

La Provincia de Tungurahua posee grandes extensiones agrícolas por esta razón es conocida como un lugar comercial ya que actualmente aún se recolectan cebada, trigo, maíz, tomate, cebolla, claudia, manzanas entre otros productos; en este sentido cabe mencionar que la autoridad competente ha demostrado poco interés en generar planes y proyectos turístico en el sector rural que ayuden al desarrollo socio-económico de los habitantes en consecuencia de lo mencionado

anteriormente la población especialmente del sector rural ha visto la necesidad de emigrar hacia las grandes ciudades en busca de empleo, haciendo caso omiso a un problema principal que es la desintegración familiar.

En cuanto a la Parroquia Quisapincha se puede señalar que está reconocida dentro de la Ruta de elaboración artículos de cuero, por lo tanto se ha dinamizado la economía de los artesanos dedicados a esta actividad; pero a la vez se ha dejado de lado a la población mayoritaria que según datos del INEC, 2010 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) el 70% de la población son agricultores, por otro lado, se establece que la tasa de Necesidades Básicas Insatisfechas es del 85,49%, es decir que la mayoría de los habitantes está considerada en el grupo de “pobres”. Es preocupante verificar estos datos porque nos permite analizar las falencias existentes en los poblados en la utilización adecuada de las tierras que probablemente serán productivas.

Cabe recalcar que existen asociaciones conformadas legalmente y dedicadas a las actividades agrícolas con una mezcla de ancestralidad y tecnificación obtenido por parte de los técnicos MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca), esto les ha permitido mejorar su producción tanto en el consumo y la comercialización en la propia localidad durante varios años, pero también es importante mencionar que las mismas asociaciones desconocen acerca de las ventajas del turismo con las actividades agrícolas y pecuarias. En consecuencia de aquello, el desaprovechamiento de potenciales turísticos locales ha llevado a la población a emigrar hacia las grandes ciudades por motivos económicos, otras de

las causas visibles se reflejan en la desorganización de los habitantes y el insuficiente presupuesto para la generación de proyectos relacionados con el turismo y por último es necesario indicar que el escaso interés por parte de la autoridad competente se ve reflejado en la deficiente planificación turística y políticas que aporten al desarrollo de la Parroquia Quisapincha.

Por lo tanto, la generación de un producto turístico basado en el agroturismo resulta una alternativa positiva para dinamizar la economía de la población y además mirarlo como una fuente de empleo para la sociedad evitando el desplazamiento masivo de los habitantes fuera de la Parroquia, por otra parte, buscando el desarrollo de la localidad.

Formulación del problema

¿De qué manera incide el Agroturismo como alternativa para el Desarrollo Turístico en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, provincia Tungurahua?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar el Agroturismo como alternativa para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

1.4.2. Objetivo Específicos

- Identificar la problemática actual acerca de la práctica del Agroturismo dentro de la Parroquia Quisapincha, a la vez estableciendo variables de estudio para sustentarlo dentro de la fundamentación teórica.
- Diagnosticar el macro y micro ambiente para obtener información real acerca de la situación agroturística.
- Aplicar la metodología de investigación óptima para indagar los factores de estudio dentro del sector.
- Analizar la información con datos obtenidos durante la investigación para finalmente interpretarlos.
- Elaborar Producto Turístico enmarcada en el agroturismo la cual servi como herramienta que permitirá fomentar el desarrollo del sector.

1.5. Hipótesis

El Agroturismo incide como alternativa para el Desarrollo Turístico en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, provincia Tungurahua

1.6. Marco Teórico

El marco teórico que se desarrolla en los siguientes párrafos, proporcionan información de los términos y conceptos de Agroturismo y Desarrollo Turístico que fueron imprescindibles para el entendimiento en esta investigación.

1.6.1. Turismo

El turismo según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2009) “comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de descanso, cultura, salud”.

Para Artacho, F. (2013) “el turismo es una industria muy marcada por los cambios del entorno. Las nuevas tecnologías, nuevos nichos de mercados, nuevos productos, así como los cambios en los hábitos de los turistas, hacen necesaria una planificación estratégica para todos los destinos turísticos”. (pág. 31)

Así mismo Cabarcos, N. (2010) menciona que el turismo es el “conjunto de acciones que cumplen las personas durante sus traslados y estancias en varias partes de su medio acostumbrado, relativamente por un lapso de tiempo inmediato mínimo a un año, sea por ocio, trabajo o distintas inspiraciones”. (pág. 42)

De acuerdo con las indagaciones anteriores se puede concluir que el turismo es una actividad de desplazamiento fuera del lugar habitual sin planes de quedarse en

tal sitio, por tanto, significa que contribuye a mejorar la calidad de vida de la población mediante el consumo de servicios implementados.

1.6.2. Turismo alternativo

Acerenza, M. (2006) menciona que el turismo alternativo no es en realidad una forma de turismo, sino el nombre genérico con el cual el movimiento por un turismo consciente y responsable denominó a todas aquellas opciones de turismo, distintas a la del turismo masivo, que se caracterizan por permitir un desarrollo en menor escala, con un mínimo impacto sobre el medio ambiente, y respetuoso de los valores de las comunidades locales y su cultura. (pág. 38)

Según Brohman, J, (1996) “el término de turismo alternativo ha sido utilizado para significar lo prácticamente opuesto a turismo masivo; en suma, es aquel donde los viajeros deciden tomar vacaciones distintas a las que se consideran normales.” (pág. 23)

Para Quesada, R. (2010) “el concepto de turismo alternativo se emplea para designar las actividades turísticas que son distinta a las correspondientes al turista convencional” (pág. 114)

En este sentido de acuerdo a los párrafos anteriores se puede definir al turismo alternativo como los viajes realizados a sitios que permitan el contacto directo con la naturaleza, respetando su entorno manteniendo una interacción positiva entre visitantes y la comunidad.

A continuación, enlistan tres grandes segmentos dentro Turismo Alternativo según la Secretaría Nacional de Turismo (SECTUR, 2004, pág. 22):

- ✓ Ecoturismo,
- ✓ Turismo de aventura y,
- ✓ Turismo rural

De lo anteriormente mencionado a continuación se profundiza de mejor manera acerca del turismo rural.

1.6.3. Turismo rural

De la misma manera para Fuentes, A. (2009) el turismo rural nace a raíz de la necesidad humana que prefiere el disfrute de espacios fuera de la urbanidad, es decir que no estén contaminados, fuera de ruido, y sobre todo tranquilidad, con la diversidad de paisajes y la gastronomía típica que posee el lugar de vista que sean a atracción para el turista. (pág. 470)

El turismo rural permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a la población, con lo que se ayuda a frenar el éxodo rural. (García, 1996)

Asi mismo para Román, F. & Ciccolella, M. (2009) define al turismo rural como toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones, y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. Incluye toda actividad que desarrolla el turista en el medio rural,

siendo, en primer lugar, actividades de turismo rural aquellas que se realizan en los establecimientos agropecuarios que abren sus puertas (con o sin alojamiento) a las personas para observar (y, eventualmente, participar) de las siguientes actividades (diversificadas o no) realizadas en el interior de uno o más predios. (pág. 15)

En cuanto la definición establecida por distintos autores acerca del Turismo Rural se puede concluir que este tipo de turismo se realiza en sectores rurales que en su mayoría preservan la naturaleza y realizan un impacto mínimo al ambiente ayudando al desarrollo de la economía de la población.

Así mismo en el siguiente gráfico se puede observar las modalidades del Turismo Rural propuesta por la (SECTUR, 2004, pág. 29):

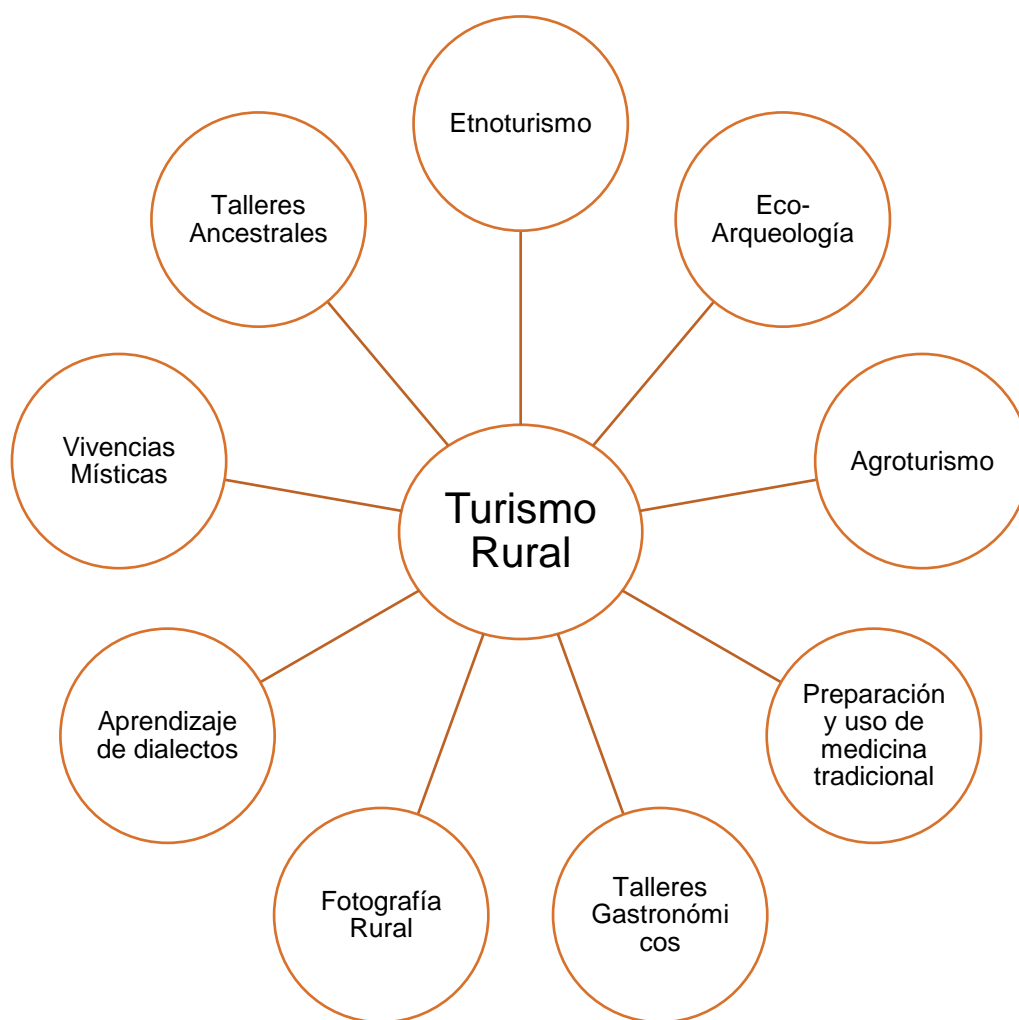


Figura 1. Modalidades del turismo rural

Fuente: (SECTUR, 2004)

La afirmación anterior pone en evidencia ocho clasificaciones acerca del turismo rural tomando como principal dentro de esta investigación al Agroturismo que se describe a continuación de manera detallando definiéndolo e identificando las ventajas que conlleva la realización de esta modalidad de turismo.

1.6.4. Agroturismo

Para Blanco, M. & Riveros, H. (2010) la actividad del agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios y pequeños agro-procesadores. El paisaje natural y agropecuario, las prácticas culturales ancestrales y la elaboración artesanal de productos son recursos inherentes a la vida rural, que valorizados a través del turismo pueden complementar y diversificar las economías de muchas familias rurales. (pág. 119)

De la misma manera Ivars, J. (2000) el agroturismo se fundamenta en el disfrute de la experiencia ligadas a una explotación agrícola o ganadera. Constituye un ejemplo manifiesto de turismo como complemento de las rentas agrarias es el propio agricultor o ganadero quien aloja al turista (en habitaciones de su propia residencia, en otra vivienda, o en edificaciones rurales adaptadas que ya no son utilizadas en su función productiva), participando este en la tareas agrícolas o ganaderas, bien activamente, bien como espectador. (pág. 78)

También Montaner, J., Antich, J. & Arcarons, R. (s.f) agroturismo “es la modalidad de turismo que se desarrolla en un medio rural, combinado de descanso con el contacto próximo al entorno natural” (pág. 26)

Por consiguiente el agroturismo se desarrolla en medios rurales realizando actividades diarias de la población con el fin de dar a conocer actividades agrarias y pecuarias.

a. Actividades agroturísticas

El agroturismo es la combinación del turismo y la actividad agrícola, por lo tanto, Blanco, M. & Riveros, H. (2010) en la pág. 120 demuestran que las actividades agroturísticas son las que se evidencia en la siguiente figura:

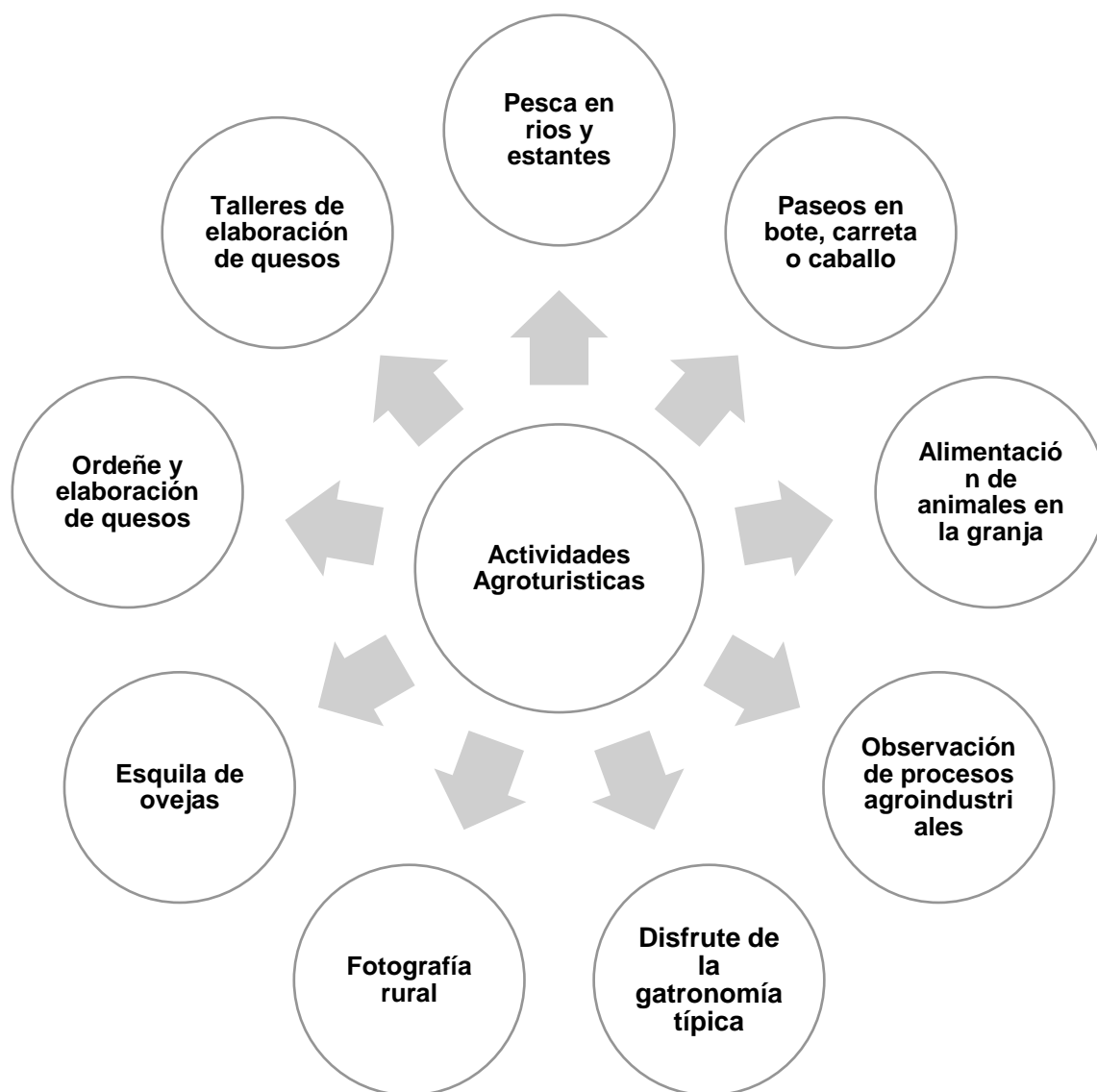


Figura 2. Actividades agroturísticas

Fuente: (Blanco & Riveros, 2010)

Como se muestra de la figura 2, según Blanco, M. & Riveros, H. (2010) en sitios especialmente rurales se observa las actividades agroturísticas que se detallan a profundidad a continuación:

Pesca en ríos y estantes.- “Las exhibiciones de los productos del sector rural, y entre ellos los peces, permiten demostrar el resultado obtenido de la producción acuícola. Las exposiciones son atractivas y permiten la interacción con individuos interesados en los temas específicos” (Balbuena, 2011, pág. 47). Es por ello, que Blacio, E. (2009) define a tipos de pesca existentes entre ellos los que se describe a continuación:

“En los ríos, las operaciones de pesca se practican por lo general, con redes de enmalle, redes argalleras, bajíos, atarrayas.”



Figura 3. Pesca en ríos

Fuente:(Pérez,J. 2017)

“En estanques de cultivo, donde si existe la facilidad de vaciarlo, las operaciones de pesca generalmente se hacen mediante resdea colocados en las cajas de pesca, las resdes se recogen cuando se hayan vaciado la mayor parte del estanque y los ejemplares se hallen concentrados en la caja”.



Figura 4. Pesca en estanques

Fuente:(Jiménez, C. 2017)

Paseos en bote, carreta o caballo.- el turismo a caballo es aquel que se realiza desde la propia montura, a travez de rutas por los caminos de herraduras, cañadas reales o calzadas romanas, alternando los itinerios por la naturaleza y parajesde singular belleza con enclaves rurales de amplia tradicion. (Luque, 2007, pág. 73)



Figura 5. Paseo con caballos

Fuente:(Costalesel,V. 2014)

Alimentación de animales en la granja.- “La alimentación es la acción de suministrar alimentos al ganado. El alimento diario debe contener un correcto valor nutritivo. Sin embargo, el volumen de alimentos que los animales pueden consumir está determinado por las características fisiológicas de cada especie. Es

recomendable suministrar las raciones en varias porciones para que el animal tenga el tiempo suficiente para realizar una correcta digestión.” (Instituto Nacional Tecnológico de Nicaragua, s.f, pág. 3)



Figura 6. Alimentación de animales de granja

Fuente:(Costalesel,V. 2014)

Observación de procesos agroindustriales.- Las agroindustrias tienen el potencial de generar empleo para la población rural, no sólo a nivel agrícola, sino también en actividades fuera de la explotación como manipulación, envasado, procesamiento, transporte y comercialización de productos alimentarios y agrícolas. (Valdivieso, 2013, pág. 9)



Figura 7. Proceso de elaboración de quesos.

Fuente:(Pallero, D. 2015)

Disfrute de la gastronomía típica.- “los platillos típicos de un determinado grupo social esconden años de tradición, recuerdos, momentos, personajes, técnicas y ambientes que hacen que cada uno sea singular y especial. Las fibras de cada plato cuentan el relato de cómo dicha comunidad de personas ha sobrellevado una serie de episodios que les han permitido llegar a lo que es hoy en día” Valcárcel, D. & Vanegas, A. (2015)(pág. 188)



Figura 8. Papas con cuy

Fuente:(Caivinagua, X. 2017)

Fotografía rural.- “la actividad está enfocada a captar momentos, pero no de cualquier tipo sino del cultural, es decir que en la práctica de esta actividad los viajeros, en este caso turistas, que viajan exclusivamente para plasmar en foto los estilos de vida, conocer y dar a conocer las manifestaciones que se dan en el medio y sus bellos paisajes del ambiente rural. Sin duda esta actividad es la que promueve las visitas cada vez más a los destinos rurales” (Universidad Interamericana para el Desarrollo, pág. 5)



Figura 9. La naturaleza rural

Fuente:(Prado, A. 2015)

Esquila de oveja.- la obtención de los vellones de los animales que se efectúa por el corte de la lana, generalmente una vez al año, constituye la labor que se denomina esquila. (Fernández, F. & Barahona, V. (2009)(pág. 1).



Figura 10. Esquile de ovejas

Fuente:(Ordóñez, F. 2010)

Ordeñe y elaboración de quesos.- “El queso es un alimento muy importante pues es nutritivo, natural y fácil de elaborar; hacer quesos es una manera de preservar los principios nutritivos de la leche cuando ésta no se puede comercializar en forma líquida (sea por abundancia de producción o por no contar con medios para su conservación en refrigeración)” (La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2011, pág. 1)



Figura 11. Elaboración de quesos

Fuente:(Rivas, P.. 2016)

Talleres de elaboración de quesos.- cada uno de los talleres tienen como finalidad “ofrecer al participante conocimientos y técnicas que le permitan manejar diversas situaciones y casuísticas que se presentan en la industria quesera, para poder tomar decisiones que se traduzcan en una mejor calidad del producto obtenido, y a su vez optimizar el rendimiento y productividad de la empresa” (Anónimo, s.f)



Figura 12. Talleres de elaboración de quesos

Fuente:(Giacometti, G. 2015)

b. Características del Agroturismo

Según Fonseca, C. (2008) estas son las características de la actividad agroturística, tal y como se las enmarca en el siguiente listado que se muestra a continuación:

- Se caracteriza porque el visitante participa activamente de las actividades productivas.
- La familia del productor agrario participa en la atención de los turistas.
- El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo.
- Es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de atractivos posibles, aunque estos puedan tener solo una finalidad demostrativa y no productiva.

c. Ventajas y Desventajas de la realización del agroturismo

El agroturismo al igual que el turismo rural y el turismo ecológico al estar interactuando con la comunidad y los visitantes en contacto con la naturaleza, a continuación se presenta ventajas y desventajas descritas por (Betancourt, 2009, p. 34):

Tabla 1
Ventajas y desventajas del Agroturismo

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reactiva la economía de las áreas con pocos recursos. ✓ Ayuda a rescatar a las poblaciones que estaban abandonadas. ✓ Contribuyen a difundir la cultura, la riqueza natural, la gastronomía y costumbres de nuestras regiones. ✓ Por ser un turismo más económico, está encaminado a la gente joven, así como también al núcleo familiar. ✓ Genera fuentes de empleo para los residentes. ✓ Ayuda a generar micro, pequeña y medianas empresas ecoturísticas. ✓ Representa el mejor modelo de desarrollo sostenible desde el punto de vista turístico. ✓ Brinda accesos a nuevos mercados. ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación acústica. ✓ Contaminación del lugar (suelo y aguas) por los desechos que suelen dejar en ellos los visitantes. ✓ Contaminación del aire, por cuento muchos visitantes llegan en carro. ✓ Migración de las especies nativas por los aspectos antes mencionados. ✓ La flora se ve afectada muchas veces, por los incendios que, por descuido, generan los visitantes. ✓ Por ser masivamente visitadas, las zonas se ven seriamente dañadas.

Fuente: (Betancourt, 2009, p. 34)

1.6.5. Planificación turística

Según Molina, S. (1986) “la planificación turística ha sido definida, de manera general, como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turísticos”. (pág. 46)

La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente. (Planificación del Producto Turístico, s.f, pág. 3)

La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente. (Socatelli, 2009, pág. 19)

De esta manera la Planificación Turística se define como el proceso la cual permite integrar al medio ambiente, la sociedad, la economía con el fin de buscar el desarrollo de un lugar o sector. A continuación, se definen conceptos de distintos autores acerca del Sistema Turístico.

1.6.6. Sistema turístico

El sistema turístico está conformado por la oferta que es el conjunto de bienes, servicios, patrimonio y el talento humano que interactúa con el demandante, asimismo, la comunidad anfitriona como agente primordial para satisfacer las necesidades del visitante en sus dos divisiones: turista y excursionista. Así también, la demanda solicita calidad en los productos y servicios tangibles e intangibles que adquiere, estimulado por factores de promoción que favorecen el consumo y uso de la planta turística. (Flores, 2012, pág. 5)

“Se le llama sistema turístico a un modelo conceptual, formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y que permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo”. (Gonzales, 2009)

A partir de las definiciones anteriores, para la conformación de un sistema turístico se requiere de un desarrollo del mismo, en donde engloba elementos tales como: Oferta turística, demanda turística, Producto, planta turística y superestructura que en su conjunto fortalecen a las actividades a desarrollarse en una zona de estudio, por lo tanto, para la realización de un desarrollo turístico adecuado y bien definido.

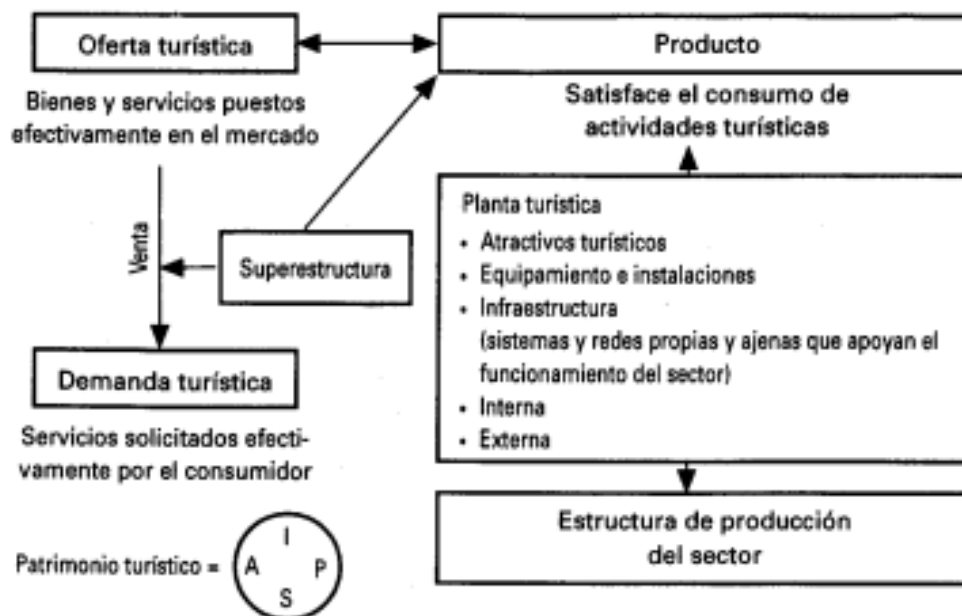


Figura 13. Funcionamiento del sistema turístico

Fuente: (Boullón, 2006)

A continuación, se profundizará el funcionamiento del sistema turístico según Boullón, R. (2006):

Demanda Turística: hace referencia a la cantidad de turistas que ingresan a una localidad motivados por los atractivos turísticos más sobresalientes, además de que el sitio debe prestar todas las facilidades que se requiera para satisfacer las necesidades.

Oferta Turística: se puede mencionar que para el análisis de la oferta turística es necesario conocer la cantidad de mercancía o servicio que la demanda ha consumido en una localidad, para lo cual los propios oferentes establecen fecha de

caducidad en cuanto al producto que es tangible mientras de si se habla de un servicio tiene un límite de tiempo debido a su intangibilidad.

Producto Turístico: es aquel medio que facilita el visitar atractivos, hacer deportes y a la vez permitiendo el paseo a lugares que captan la atención del visitante por un costo accesible, esto significa que además de los atractivos deben existir los servicios básicos necesarios para el disfrute y la estancia adecuada del turista.

Planta turística: al hablar de planta turística se refiere al equipamiento y las instalaciones de un determinado lugar.

El equipamiento está conformado por: Alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios como: información, agencia de viajes, trasportes turísticos, etc.; mientras que las instalaciones son: del agua y playa, de montaña, y generales como piscinas, vestuarios, etc.

Infraestructura: permite la correcta comunicación desde un punto a otro para la realización de la actividad turística, la infraestructura general creada con fines de urbanización como redes viales de comunicación, recolección de basura, terminales, postales, primeros auxilios, alumbrado público, etc. que su finalidad no necesariamente es turístico.

Superestructura: son todos los organismos públicos y privados que buscan el regular y facilitar la actividad turística en una localidad con reglamentos que ayuden a cumplir sus intereses.

1.6.7. Desarrollo turístico

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la recreación de empleos o la generación de ingresos.” (Pearce, 1991, pág. 14)

El desarrollo sostenible del sector turismo genera empleos y contribuye al desarrollo general de las regiones y, con ello, al crecimiento económico. En muchos países en desarrollo y en los mercados emergentes, el sector turístico se ha convertido en un motor de crecimiento. Fundación Suiza de Cooperación Técnica (SWISSCONTACT, 2015, pág. 5)

“Los nuevos modelos de desarrollo turístico deben potenciar todos los elementos que componen su sistema y entre ellos los recursos territoriales turísticos. Estos representan la materia prima del desarrollo turístico, constituyendo, junto con el resto de los elementos que conforman el sistema turístico, el producto turístico de un territorio”. (Antón, Gonzáles, & Donaire, 2005, pág. 61)

De lo anteriormente mencionado el desarrollo turístico de un determinado lugar se ha visto involucrado tanto la oferta como la demanda, viabilidad y además de las infraestructuras con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas y visitantes.

a. Dimensiones del desarrollo turístico

No obstante Blanco M. (2008), en las págs. 61-62 describe cuatro dimensiones que deben ser estudiados para la proyección de un desarrollo turístico rural que se profundizará en los siguientes párrafos:

Dimensión ambiental. - hace alusión a que el futuro del desarrollo de un sector obedece a la gestión y planificación de los actores institucionales y también de los agentes económicos analizados para largo plazo, esto significa que el impacto que tendrá el turismo.

Las variables de valoración son lo relacionado con:

- Descripción biofísica
- Tipos de suelos
- Precipitaciones
- Vientos
- Disponibilidad de Recursos Naturales
- Principales procesos de degradación
- Regeneración y conservación de recursos naturales

Dimensión social. - es el conjunto de relaciones sociales y económicas establecidas dentro de un espacio teniendo como base primordial en la sociedad la cultura, la ética y la religión que pertenece a su identidad y lo diferencia de los demás. En este sentido la participación de la población en cuanto a la organización social y su participación juegan un papel importante en la toma de decisiones que beneficien a cada habitante.

Las variables de valoración son:

- Descripción de la población
- Cantidad de habitantes
- Sexo
- Grupos etarios
- Grupos étnicos
- Distribución espacial de la población dentro del territorio
- Dónde se localiza
- Hacia dónde se mueve
- Dentro o fuera del territorio
- A qué se dedica

Dimensión económica. - pertenece netamente a la capacidad productiva de los territorios desde la materia prima, el procesamiento y finalmente el comercio todo con la base de los recursos naturales existentes. Por lo tanto, se valoran las variables como:

- Provisión de estatal de bienes y servicios públicos
- Provisión de servicios ambientales, uso de tecnología
- Población económicamente activa
- Empleo y desempleo por actividades económicas
- Uso del suelo, distribución del ingreso
- Pobreza y satisfacción de necesidades básica
- Acceso al capital físico y humano, entre otros

Dimensión político- institucional. - aquí se analiza, se realiza negociaciones y toma decisiones sobre el rumbo del desarrollo desde la estructura y el funcionamiento de políticas ya sea nacional, regional o local, público o privado, organizaciones o gubernamentales, y las variables de valoración son:

- El marco legal
- Las instituciones públicas y privadas presentes en el territorio
- Los actores y movimientos sociales
- El nivel de organización y redes sociales
- El sistema político y la estructura de poder prevaleciente
- La gobernabilidad y relación Estado-sociedad
- Las relaciones político-institucionales con otros territorios nacionales y supranacionales, entre otras.

Es así que, en las dimensiones propuestas por Blanco, M. 2008, la proyección del desarrollo turístico rural enfocada en los cuatro ejes que son: ambiental, social, económica y político-institucional hará que las poblaciones sean ecológicas, conscientes y productivas la cual favorece al crecimiento del sitio.

1.7. Marco Legal

Para dar sustento a la presente investigación se ha visto la necesidad de dirigirse a los diferentes artículos de la de La Constitución de la República del Ecuador 2008, los cuales se detallan a continuación:

1.7.1. Constitución De La Republica Del Ecuador

Capítulo primero, Principios fundamentales

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

Principio 2. Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Principio 7. El reconocimiento de los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, no excluirá los demás derechos derivados de la dignidad de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que sean necesarios para su pleno desenvolvimiento.

Capítulo segundo, Derechos del buen vivir

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

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.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Capítulo séptimo, Derechos de la naturaleza

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Capítulo sexto, Trabajo y producción

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

1.7.2. Ley de Turismo

Capítulo I Generalidades

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 participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) 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.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto

turístico competitivo; b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II de las Actividades Turísticas y de quienes las ejercen

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 ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

1.7.3. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Se toma en consideración de este plan desarrollado en el año 2013, el **capítulo 5**: planificamos el futuro, mismo que hace referencia al cuidado ambiental que se convierte en una política y se determina como plazo el año 2030 para conseguir que las actividades económicas del país cuiden el medio ambiente.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Macro-ambiente

2.1.1. Análisis del Agroturismo en el Ecuador

Según (Paguay, 2011) el Ministerio de Turismo del Ecuador realizó una solicitud a la Organización Mundial del Turismo, se trataba de una misión que buscaba un Programa de Turismo Rural ideal, adecuado y de acuerdo al contexto nacional en el año 2003, la misma que tuvo un aporte del Lic. Federico Wayss, quien entregó un informe detallado con el análisis situacional y además los pasos a ejecutarse en el desarrollo del turismo la cual denominó “Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador”.

Asimismo, en el documento extinguido denominado Planificación Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible (PLANDETUR 2020) se estableció las “líneas de productos y variedades de productos específicos” en donde se describen que, el agroturismo está integrado por haciendas, fincas y plantaciones, como rutas ejemplares se menciona al “Paseo de los Sabores, Cacao, Banano, Café” ubicada en la Provincias de Guayas y El Oro y la “Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador” ubicada en la Provincia de Pichincha, que si bien es cierto se aspiraba a un cambio radical y ambicioso en el contexto agroturístico ha dejado una claro que existe una falencia enorme en lo referente a la implementación de estrategias que fomenten desarrollo nacional y local.

Igualmente, el Ministerio de Turismo realizó una consultoría denominada “Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos” en donde se analizó los recursos agropecuarios a fin de generar oferta turística, llegando a la conclusión de “la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas, al generar beneficios económicos no solo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos y al impulsar proyectos agroturísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública” (MINTUR, 2009)

Hay que tomar en consideración que ligado a párrafos anteriores las cifras estadísticas representativas del ingreso de turistas de acuerdo a nacionalidad son “el 95% de viajeros son extranjeros, el resto son nacionales. La mayoría proviene de Alemania, Francia, Holanda, Canadá y EE.UU.” (Rosales, 2015) lo cual demuestra la exigencia en el fomento del turismo de eficiente, eficaz, y sobre todo sostenible, mas aun si se habla de realizar actividades agroturisticas en contacto directo con la naturaleza.

En este sentido al auge del agroturismo en el Ecuador ha llamado la atención de los propietarios de las haciendas, fincas y plantaciones en los últimos años, las cuales han generado un impacto positivo para la población en general dando paso a que en áreas rurales se genere interés en la parte agrícola y su relación directa con

el turismo, pero aun así existe falencias en la estructura de estrategias nacionales que permitan un conocimiento adecuado dirigido a los habitantes de zonas rurales.

2.1.2. Análisis Socio- Económico del Agroturismo en Ecuador

La generación de agroturismo como fuente principal de ingresos económicos dentro de las áreas rurales aún no ha sido extendida a todas las provincias del Ecuador debido por lo tanto “los líderes agropecuarios deben abrirse a la modernidad, reconocer que el turismo es uno de los rubros más importantes en la economía de un país y hacer conciencia en sus bases que esta debe ser una actividad complementaria que ayuda a la economía, ahora, pero que se puede volver la actividad principal de la economía de los gremios agropecuarios y del país entero” (Jijón, 2017).

Cabe recalcar que las actividades agroturísticas dentro del Ecuador están tomando cada vez más fuerza por lo tanto a parte de las rutas agroturísticas antes mencionadas también se evidencia a la provincia de Tungurahua en la Granja Agroecológica y Demostrativa de Píllaro la cual posee 11 hectáreas, y dentro del lote B existen “ más de 10 especies de hortalizas, frutales caducifolios (variedades de peras, manzanas y duraznos), frutales andinos (uvillas, fresas y mora), otros cultivos como maíz, papas, habas, fréjol, la mayoría de ellos listos para la venta a los consumidores, en especial las hortalizas.” (Honorable Consejo Provincial de Tungurahua, 2017) .

En este sentido el desarrollo social y económico del Cantón Pillaro es evidente debido a que la población cercana es la misma que trabaja dentro de la granja y a la vez permite que la economía de las familias y el bienestar social crezca.

2.1.3. Análisis Ambiental del Agroturismo en Ecuador

El agroturismo dentro del país no está manejado únicamente por el Ministerio de Turismo debido a que existen otras instituciones gubernamentales como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca que tiene como objetivos primordiales:

- Fortalecer la institucionalidad del sector público del agro, para que sea un factor coadyuvante al desarrollo de la competitividad, sostenibilidad y equidad de los recursos productivos
- Mejorar las condiciones de vida de los agricultores y comunidades rurales mediante estrategias de: inclusión social de los pequeños y medianos productores; vinculación al mercado nacional e internacional; y, de acceso a los beneficios del desarrollo de los servicios e infraestructura

Como resultado de aquello se puede evidenciar el proyecto realizado en la ciudad de Riobamba dentro la comunidad Indígena de Shilpalá, enfocada en la producción orgánica de hortalizas, frutas y verduras, tal iniciativa “está patrocinada por el Gobierno Provincial y la Agencia de Cooperación Japonesa (JICA), fusiona el turismo con la agricultura orgánica. Es parte de un proyecto que busca mejorar las condiciones de vida de la gente en 30 comunidades indígenas de Chimborazo.”

(Marquéz, 2016). Además la autora menciona que las capacitaciones han sido constantes en lo que respecta a semillas, agricultura organiza, suelos y temas netamente ambientales, cabe recalcar que estas actividades lo han realizado una vez organizada a la comunidad; como resultado de aquello actualmente “según un estudio, las familias percibían ingresos por menos de USD 1 000 anuales. Hoy, cada familia recibe en promedio 77 al mes por la venta de sus productos orgánicos”.

Por lo anteriormente descrito se puede añadir que tanto el MINTUR y el MAGAP podr an trabajar conjuntamente con el único propósito de buscar el desarrollo de los sectores dedicados a la actividad agropecuaria y que de alguna manera generen lazos que les permita tener asociatividad y a la vez generar empleo para evitar la masiva migración a la ciudad.

2.2. Micro-ambiente

2.2.1. Aspectos generales de la Parroquia Quisapincha

La Parroquia Quisapincha es una de las parroquias reconocidas por las artesanías elaboradas en cuero, proviene de las voces quechuas Quisa que personifica alfarero y Pincha que representa acequia, aunque existen otras interpretaciones, pero es la más relevante y conocida.

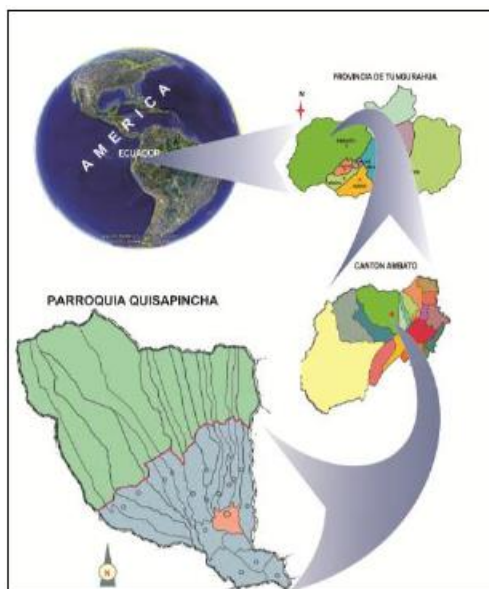


Figura 14. Mapa de ubicación de la parroquia Quisapincha

Fuente: (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015)

Se encuentra ubicada al suroccidente a 12 Km de la Ciudad de Ambato, a una altura de 3000 msnm. Limita al norte por la Provincia de Cotopaxi, al sur por las parroquias de Pasa y Santa Rosa, al este por las parroquias Ambatillo y San Bartolomé de Pinillo y al oeste por las parroquias de San Fernando y Pasa. (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015)

Quisapincha tiene una superficie territorial de 119,9 km² que corresponde al 11,89% del área cantonal, conectada por la vía asfáltica que integra el anillo vial de la provincia de Tungurahua, posee un clima templado y frío y una temperatura de 12° C.

2.2.2. Estructura Organizacional e la Parroquia Quisapincha

El GAD Parroquial Rural Quisapincha está integrada por el presidente(a), vicepresidente(a), secretario(a), y tres vocales siguientes, cada uno son elegidos dentro de la Asamblea General el cual es un espacio de deliberación ciudadana entre autoridades y los pobladores.

Tabla 2

Miembros del GAD Parroquial Rural Quisapincha 2014-2019

Cargo	Nombre
Presidente de la Junta Parroquial	Sr. José Vivanco Llumitasig
Vicepresidente	Sr. Alejandro Chuquiana Pullutasig
1er. Vocal	Lcdo. Eustaquio Tuala Muntza
2da. Vocal	Ing. Lourdes Toapanta Tuaza
3ra. Vocal	Sra. Rosa Lasluiza Quinatoa
Secretaria, contadora	Ing. Narcisa Tubón Yanchapanta

Fuente: (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015)

Los miembros descritos en la tabla 2 tienen la obligación de velar por el mejoramiento de la población, buscando alternativas de crecimiento y desarrollo social, dentro de este marco “la formulación de los planes de desarrollo, así como de las políticas locales que se elaborarán a partir de las prioridades, objetivos estratégicos del territorio, ejes y líneas de acción, que deberán estar articulados al Sistema Nacional de Planificación”. (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015, p. 191)

2.2.3. División territorial de la Parroquia Quisapincha.

Considerándose que Quisapincha al ser una de las Parroquias más antiguas de la Provincia de Tungurahua, cuenta con 18 comunidades y 12 barrios, las cuales se enlistan a continuación:

Tabla 3
División Política de la Parroquia Quisapincha

18 Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Calhuasig Chico • Calhuasig Grande • Illagua Chico • Illagua Chaupiloma • Illagua Grande • Nueva Tondolique • El Galpón • Putugleo • Ambayata • Pucará Chico • Pucará Grande • Cachilvana Grande • Cachilvana Chico • Puganza • Santa Rosapamba • Condezán • Quindialó • Santa Cruz de Chumalica
12 Barrios	<ul style="list-style-type: none"> • La Plaza • Cashauco • La Alborada • El Centro • El Mirador • El Panecillo • Turuloma • Pasañán • La Calera • San Pedro • Santa Elena • El Calvario.

Fuente: (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015)

En síntesis, cada una de las comunidades enlistadas anteriormente están representadas por un miembro denominado “cabildo” quien es electo por

democracia y está en la obligación de cuidar y trabajar por los intereses de la misma comunidad.

2.2.4. Zonas Productivas Agrícolas

La Parroquia Quisapincha con respecto a las zonas agrícolas existentes ha identificado tres zonas de acuerdo a mención del (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015, pág. 107) descritas a continuación:

La Zona Alta al encontrarse entre los 3.600 y mayor a 3.800 m.s.n.m. se caracteriza por el cultivo de los siguientes productos andinos: quínoa, cebolla blanca, mellocos, nabo, ocas, zanahoria blanca, papas, cebada, lenteja, etc. así mismo cuando se habla de los páramos de la zona es un privilegiado por la vegetación natural pero también se ha visto amenazado por la expansión agrícola.

La Zona Media se encuentra entre los 3.400 a 3.600 m.s.n.m. es más apta para la generación de las actividades agrícolas de ciclo largo y medio, tales como: arveja, mashua, quinua, habas, papas, melloco etc. Mientras que si se habla de pastos este sector beneficia a la crianza y producción de animales mayores y menores.

La Zona Baja se ubica entre los 3.200 a 3.400 m.s.n.m. al ser planicies es apta para la producción agrícola de ciclo corto como: remolacha, col, lechuga, chochos, maíz, arveja entre otros; de la misma manera los huertos frutales producidos como: uvillas, tomate, claudia, peras, manzana y en pequeñas cantidades pastos.

Por otra parte, las madres de familia se dedican a criar animales menores como gallinas, cuyes y conejos que permiten un ingreso económico para cubrir las necesidades básicas de educación y salud para sus hijos. Para tal efecto el promedio de animales menores en cada familia es de 20 a 25 animales, resulta así mismo interesante mencionar que el cuidado, alimentación diaria y ubicación adecuado en los pozos está en su mayoría capacitados por organismos relacionados con tales actividades.

Considerándose que la actividad está un tanto sacrificada por el hecho de mantener un estándar acuerdo a la edad, tamaño, peso, no es justo el precio que pagan el consumidor final.

2.2.5. Análisis de la demanda potencial

La parroquia Quisapincha ha sido reconocida por la elaboración de artículos de cuero siendo esto su principal atractivo turístico que llama la atención de los visitantes, por lo que “el domingo es el día principal de feria, muchos pobladores de la parroquia y de las parroquias vecinas como Ambatillo, Pasa, Pinllo y de la misma ciudad de Ambato acuden a comprar y vender productos agropecuarios, artesanales, insumos, etc.... Los días martes en los últimos años se han constituido también como día de feria”. (GAD Parroquial Rural Quisapincha, 2015, p. 102)

En lo que respecta a las actividades agroturisticas se ha evidenciado que existen asociaciones las cuales se dedican a las actividades agrícolas para el sustento de la economía familiar, por lo tanto se ha visto la necesidad de aglutinar a las 6

asociaciones con la finalidad de crear un producto turístico que ayude a posesionar y ser reconocidos por los visitantes que llegan al sector ya que se ha señalado que dentro de la producción que ofrece la parroquia se destaca el sector agropecuario y dentro de este la agricultura como herencia ancestral, con todos los problemas que tiene y que hasta el momento no se le da la sostenibilidad adecuada, a pesar de tener Políticas de Estado que si se ejecutan podría convertirse en un gran atractivo económico y salir como economía de subsistencia.

2.2.6. Análisis de la competencia

Dentro de este marco la principal competencia en lo que respecta al agroturismo se mencionan a la Granja Agroecológica del Cantón Píllaro, esta cuenta con superficie de 53.500 m² destinados a la producción proyecto impulsado por la Prefectura de Tungurahua que dentro del sitio web “En la actualidad contamos con más de 10 especies de hortalizas, frutales caducifolios (variedades de peras, manzanas y duraznos), frutales andinos (uvillas, fresas y mora), otros cultivos como maíz, papas, habas, fréjol, la mayoría de ellos listos para la venta a los consumidores, en especial las hortalizas...En cuanto a jornadas de capacitación y asistencia técnica desde el mes de marzo se han capacitado a 648 visitantes: en producción agroecológica, elaboración de abonos orgánicos, riego tecnificado, frutales andinos, caducifolios y en especies mayores y menores.” (Honorable Consejo Provincial de Tungurahua, 2017)

De tal manera que actualmente la competencia primordial a gran escala es la Granja Agroecológica del Cantón Pillaro, que ha atraído a turistas locales y nacionales, además de que se está generando la comercialización de la producción en el lugar de origen.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se basó en la metodología expuesta a continuación por distintos autores:

3.1. Enfoque de la investigación:

Para ello Bernal, C. 2006 en la pág. 61 hace referencia a los siguientes metodos:

Para Método cuantitativo o método tradicional: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

El método cualitativo o método no tradicional: se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

La investigación por lo tanto tiene un enfoque cuantitativo o método tradicional debido a que se recolectó datos numéricos permitiendo identificar aspectos primordiales acerca de la demanda turística insatisfecha en el Agroturismo en la

Parroquia Quisapincha, de igual manera el enfoque cualitativo o método no tradicional se utilizó dentro de la descripción de las actividades que realizan las asociaciones, sus condiciones sociales, etc.

Consecutivamente para (Arias, 2012, págs. 23-83) se profundizará acerca de la modalidad, tipos, técnicas y fuentes de investigación que se utilizaron en la siguiente investigación:

3.2. Modalidad de la investigación

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.¹

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.²

¹⁻² Arias, F. (2012, pág. 24-31)

La investigación realizada adoptó la modalidad de campo debido al acercamiento con los representantes de cada asociación para obtener información acerca de las actividades a las que se dedican, del mismo modo la investigación documental que permite adaptarse a los procedimientos necesarios para el diseño del producto turístico enmarcado en el agroturismo.

3.3. Nivel de investigación

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su tanto la estructura como el comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.³

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.⁴

En este sentido se utilizó estos dos tipos de investigación debido a que la investigación descriptiva permitió conocer la situación actual de cada asociación, su funcionamiento, organización y planificación; de igual forma la investigación exploratoria se centró en la observación de las actividades de producción a las cuales que se dedica cada asociación.

³ Arias, F. (2012, pág. 24-31)

3.4. Fuentes y Técnicas de Recolección de datos

Fuentes

“Según su procedencia, los datos se clasifican en primarios, cuando son obtenidos originalmente por el investigador; y secundarios, si con extraídos de la obra de otro autores”.⁵

Técnicas

Observación

“La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos”.⁶

La observación directa en el desarrollo de cada una de las actividades que realiza cada asociación se lo constatará en la documentación esquematizada.

⁴⁻⁵⁻⁶ Arias, F. (2012, pág. 23-69)

Encuesta

“Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular”.⁷

Para tal efecto se diseñó la encuesta con el objetivo de identificar la demanda turística que permita la generación de un producto turístico enmarcado en el Agroturismo en la Parroquia Quisapincha.

Entrevista

“La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida”.⁸

Por lo tanto, se ha diseñado una entrevista dirigida a las asociaciones con el objetivo de identificar la oferta de productos que posee cada Asociación para la generación de un Producto Turístico enmarcado en el Agroturismo en la Parroquia Quisapincha.

⁷⁻⁸⁻⁹ Arias, F. (2012, pág. 72-81)

3.5. Población y Muestra

“La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.”⁹

“La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”¹⁰

La presente investigación está enfocada en dos segmentos denominados población de la demanda (turistas) y la oferta (productores) por lo tanto seguidamente se detallará cada segmento:

Con respecto al párrafo anterior, la población de la oferta será el mismo que se utilizará para la muestra siendo así 6 personas representante de cada asociación; mientras que la población de la demanda se lo ha calculado de acuerdo a los datos publicados el 10 de enero del 2018 en la página oficial del Parque Provincial de la Familia con un total de 351,808 personas que han visitado los espacios de recreación.

Calculo de la muestra

¹⁰ Arias, F. (2012, pág. 83)

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población: 351,808 personas

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

Aplicación de la formula

$$n = \frac{(351,808)(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 \times (351,808 - 1) + (1.96^2) \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = \frac{337876.40}{879.51 + 0.96}$$

$$n = \frac{337876.40}{880.47}$$

$$n = 383.74$$

$$\mathbf{n=384}$$

Mediante la aplicación de la formula se determinó que la muestra es de 384 personas, quienes serán objeto de estudio para la aplicación de las técnicas de información y recopilación de datos.

3.6. Técnicas de análisis de datos

Para tal efecto una vez aplicados los instrumentos de investigación tanto a turistas como a los representantes de cada una de las asociaciones se procede al ingreso de datos obtenidos dentro del sistema estadístico SPSS (son las siglas de Statistical Package for the Social Sciences, que en su traducción al castellano es “Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales”) versión 23, este programa la determinar gráficamente cada ítem para su respectivo análisis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis de los resultados

En el capítulo que se expone los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan la parroquia Quisapincha, además de describir las entrevistas realizadas a los representantes de las seis asociaciones inmiscuidas en la presente investigación.

4.1.1. Análisis e interpretación de la encuesta a los turistas

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 384 visitantes, para lo cual se ha ingresado los datos al sistema Spss, herramienta que sirve para presentar resultados mediante tablas y gráficos que posteriormente serán analizados e interpretados.

Encuesta

Datos generales

Tabla 4
Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	168	43,8	43,8	43,8
	Femenino	216	56,3	56,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

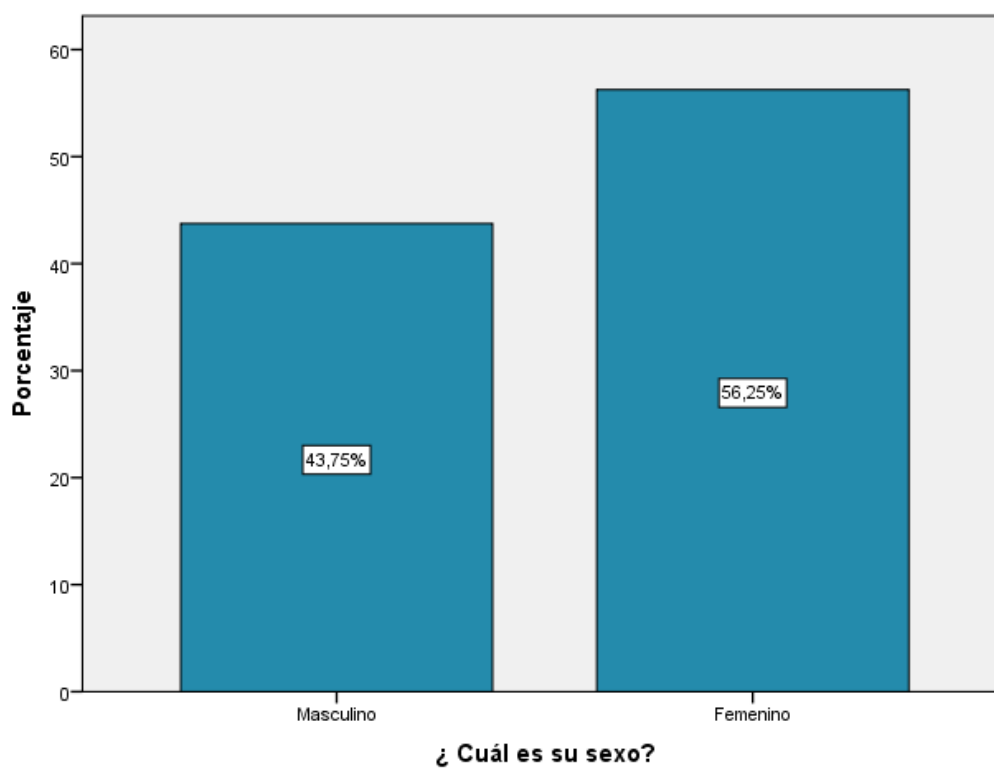


Figura 15. Género

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 56,25% corresponden a 216 visitantes de género femenino, mientras que el 43,75% correspondiente a 168 representa al género masculino.

Interpretación

La encuesta se aplicó en los almacenes ubicados en el barrio El Calvario y en la Plaza Central y los resultados analizados fueron que la mayoría de las turistas que ingresan a la parroquia Quisapincha son mujeres, esto explica la extensa variedad de artículos en cuero expuesto y diseñado exclusiva y mayoritariamente para las damas.

Tabla 5
Lugar de procedencia

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	168	43,8	43,8	43,8
	Femenino	216	56,3	56,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

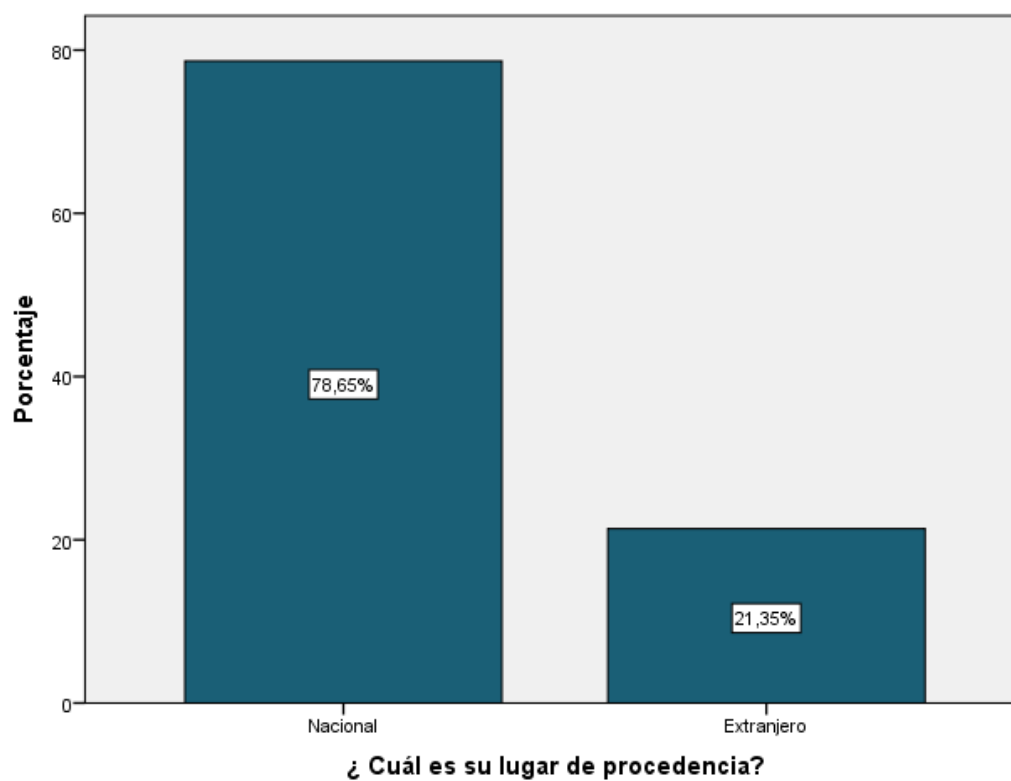


Figura 16. Lugar de procedencia

Análisis

Del 100% de los encuestados, 302 personas correspondientes al 78,65% son turistas nacionales, mientras que 82 personas correspondientes al 22,35% son de procedencia extranjera.

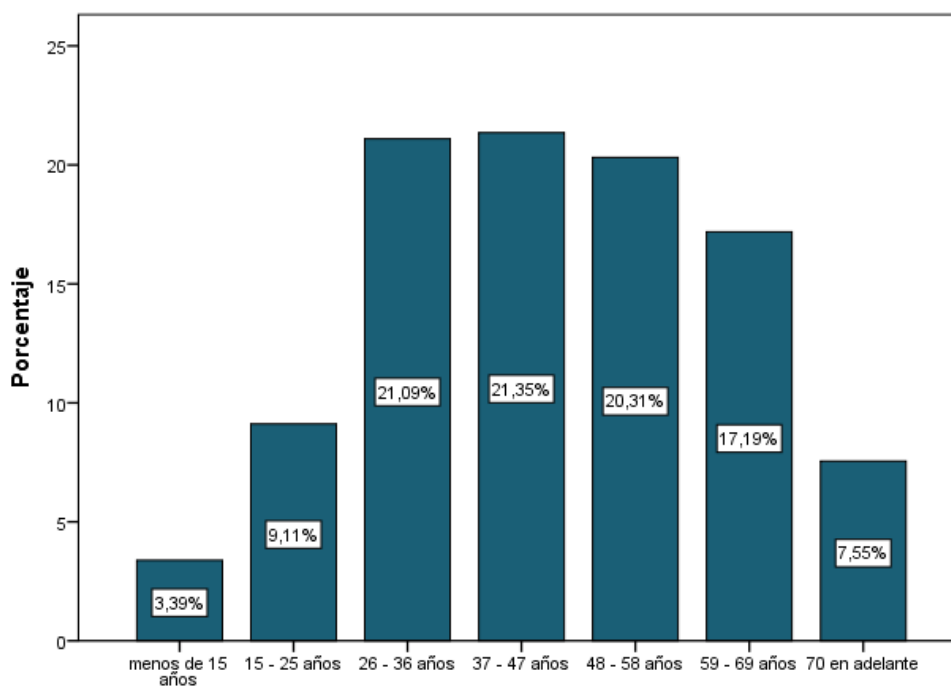
Interpretación

La mayor parte de las personas encuestadas son de nacionalidad ecuatoriana, esto se debe a la escasa difusión turística a nivel internacional, está claro que, si las autoridades hacen caso omiso al pedido de la población dedicada a la confección de artículos en cuero en fomentar la atracción turística, menos aún actividades turísticas no desarrolladas como el agroturismo debido a que no lo ven como una oportunidad de desarrollo local.

Tabla 6
Edad

¿Cuál es su edad?

	Frecuencia	Porcentaje		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menos de 15 años	13	3,4	3,4	3,4
	15 - 25 años	35	9,1	9,1	12,5
	26 - 36 años	81	21,1	21,1	33,6
	37 - 47 años	82	21,4	21,4	54,9
	48 - 58 años	78	20,3	20,3	75,3
	59 - 69 años	66	17,2	17,2	92,4
	70 en adelante	29	7,6	7,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



¿Cuál es su edad?

Figura 17. Edad

Análisis

Del 100% de las encuestas realizadas, el 21,35% corresponden a 81 personas con edad entre 37 a 41 años, seguid del 21,09% correspondiente a 81 personas entre 26 a 36 años, luego con el 17,55% correspondiente a 66 personas entre 59 a 69 años, el 9,11% correspondiente a 35 personas entre 15 a 25 años, el 7,55% correspondiente a 29 personas tienen de 70 años en adelante y finalmente el 3,39% son menores de 15 años.

Interpretación

El análisis demuestra que la mayor parte de la población oscila entre 26 a 47 años de edad, siendo un rango promedio con un nivel económico estable, por ello, para la generación de actividades agroturísticas en la parroquia Quisapincha es importante tomar en cuenta una variedad extensa y que capte la atención tomando en consideración que la población es joven y prefiere los riesgos además de aventuras innovadoras.

Tabla 7
Instrucción académica

¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	124	32,3	32,3	32,3
	Secundaria	112	29,2	29,2	61,5
	Superior	129	33,6	33,6	95,1
	Master	14	3,6	3,6	98,7
	Doctorado	5	1,3	1,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

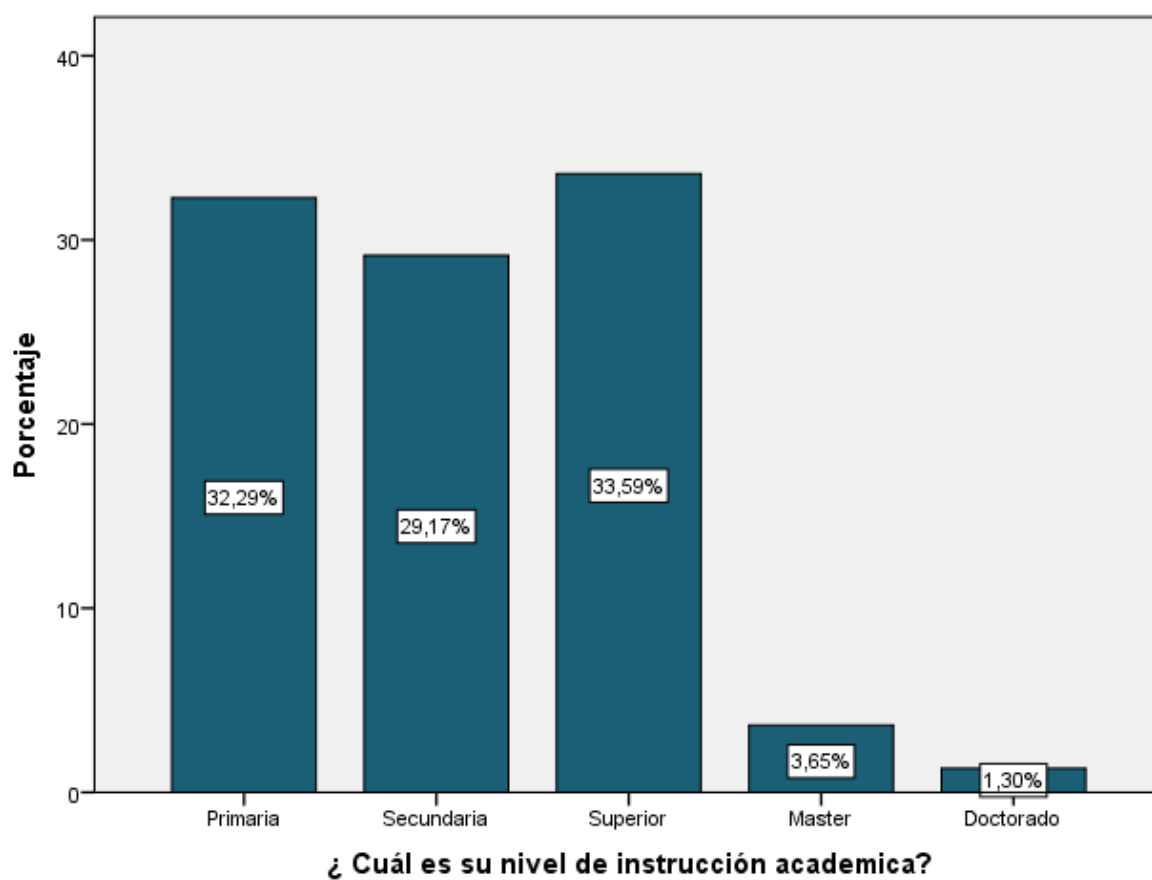


Figura 18. Instrucción académica

Análisis

Los datos obtenidos indican que del 100% de los encuestados, el 33,59% correspondiente a 129 personas poseen instrucción superior, luego con el 32,29% correspondiente a 124 personas tienen instrucción primaria, seguido el 29,17% correspondiente a 112 personas con instrucción secundaria, el 3,65% correspondiente a 14 personas con master y finalmente el 1,30% correspondiente a 5 personas con un doctorado.

Interpretación

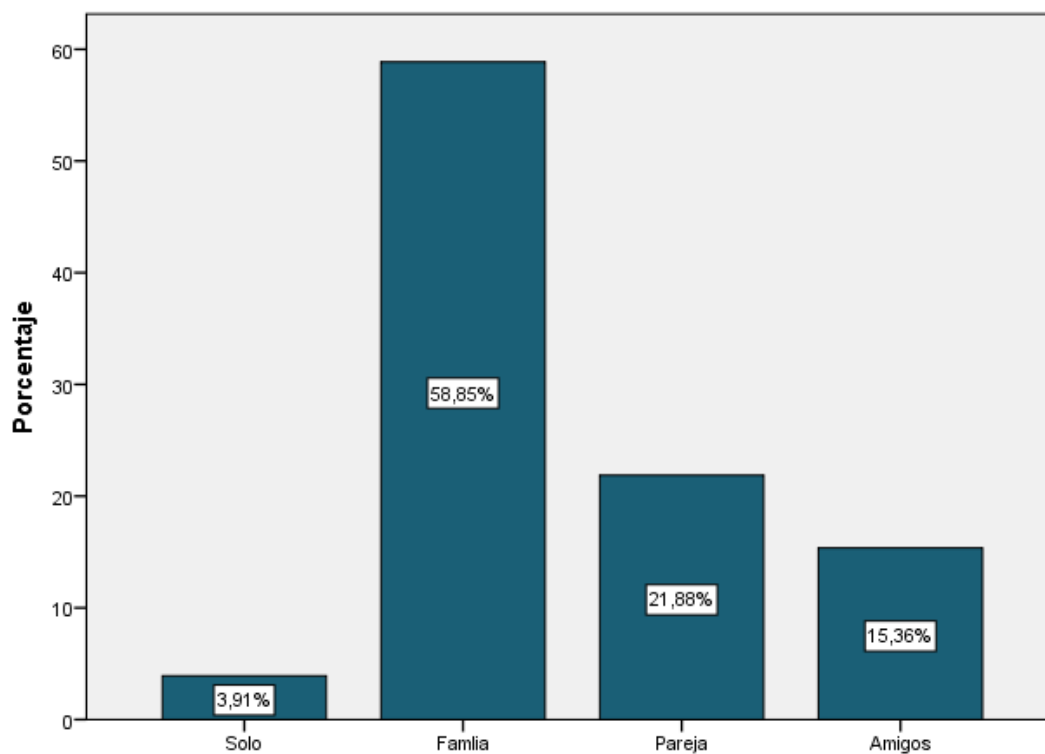
La mayoría de las personas tienen instrucción superior, lo que indica que son parte de la población económicamente activa y que además con la adquisición de productos están moviendo la economía de la parroquia, es por ello que es importante generar alternativas turísticas que permita disfrutar a las familias como el tema propuesto que involucra a la población dedicada a la agricultura.

Tabla 8

¿Cuándo usted viaja hacia un destino, de qué manera lo hace?

¿Cuándo usted viaja hacia un destino, de qué manera lo hace?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	15	3,9	3,9	3,9
	Familia	226	58,9	58,9	62,8
	Pareja	84	21,9	21,9	84,6
	Amigos	59	15,4	15,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	



¿ Cuándo usted viaja hacia un destino, de qué manera lo hace ?

Figura 19. Manera de viaje hacia el destino

Análisis

Las encuestas demuestran que del 100% de encuestados, el 58,85% corresponden a 226 personas viajan en familia, seguido del 21,86% correspondiente a 84 personas que viajan en pareja, luego el 15,36% correspondiente a 59 personas que viajan con amigo y por último el 3,91% correspondientes a 15 personas viajan solos.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados manifestaron que viajan en familia, esto se debe a que la rutina habitual de la población es su trabajo, por lo tanto, en su tiempo libre el mayor placer en convivir y compartir con los suyos cultivando experiencias debido a que la parroquia ofrece un ambiente sano y seguro para viajes en familiares.

Tabla 9
Visitas anteriores a la Parroquia Quisapincha

¿ Ha visitado anteriormente la Parroquia Quisapincha? si su respuesta es SI mencione el número de veces

				Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	240	62,5	62,5	62,5		
	No	144	37,5	37,5	100,0		
	Total	384	100,0	100,0			

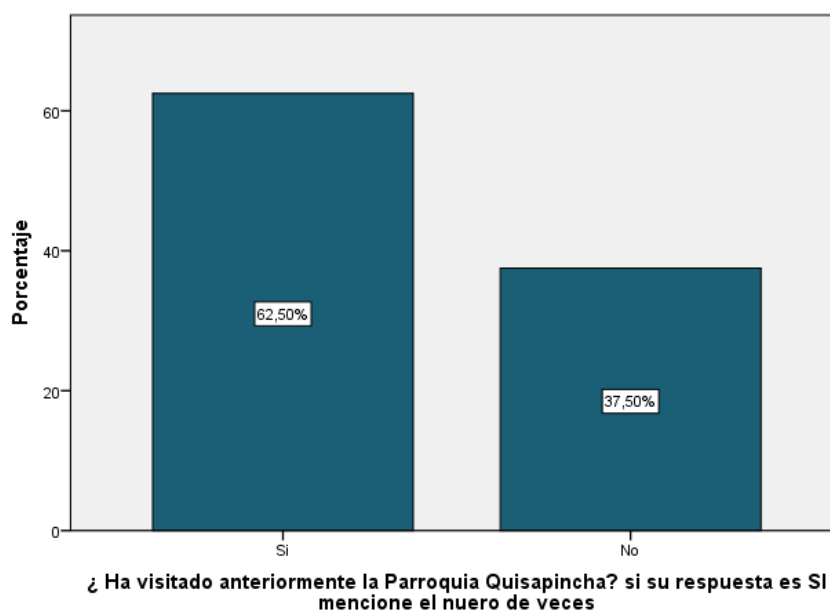


Figura 20. *Visitas anteriores a la Parroquia Quisapincha*

Análisis

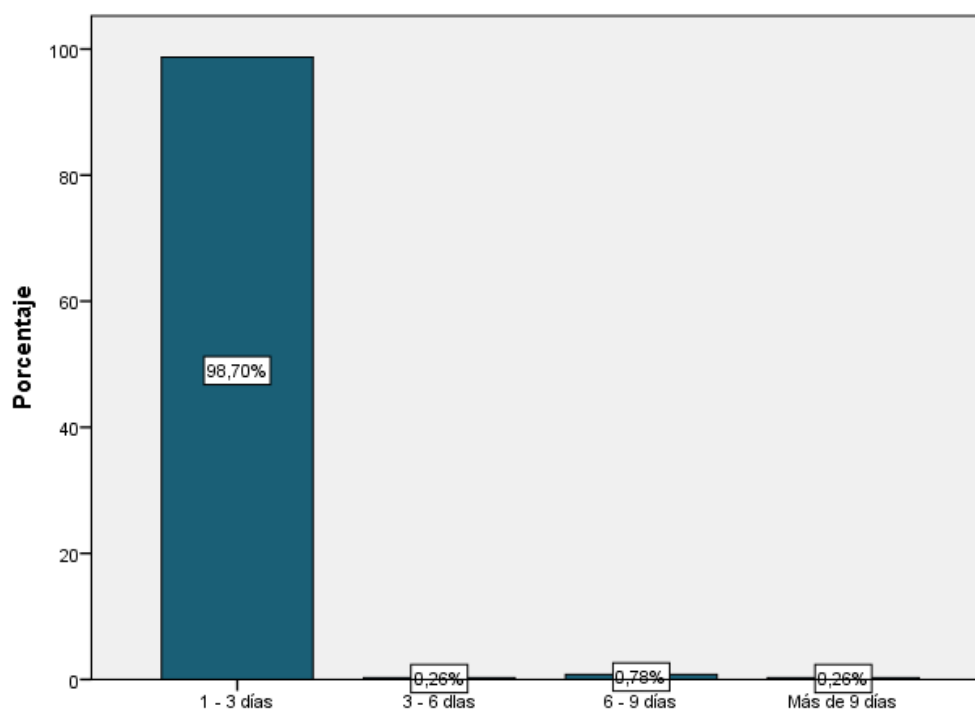
Del 100% de encuestados, el 62,5% de la población ya ha visitado con anterioridad la parroquia Quisapincha, mientras que el 37,5% son nuevos.

Interpretación

De acuerdo a los datos, las visitas constantes a la parroquia se deben a la adquisición de artículos en cuero y por otro lado por distracción y disfrute que brinda este sitio.

Tabla 10*Días de permanencia en la Parroquia Quisapincha***¿En este viaje cuantos días permanecerá en la Parroquia Quisapincha?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 - 3 días	379	98,7	98,7	98,7
	3- 6 días	1	,3	,3	99,0
	6- 9 días	3	,8	,8	99,7
	más de 9 días	1	,3	,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**¿ En este viaje cuantos dias permanecerá en la Parroquia Quisapincha?****Figura 21.** Días de permanencia en la Parroquia Quisapincha

Análisis

Como se observa con anterioridad, la mayoría de la población está representada por el 98,7% correspondiente a 379 personas, quienes permanecen entre 1 a 3 días en la parroquia, solamente el 0,78% correspondiente a 3 personas permanecen de 3 a 6 días, por último, de 6 a 9 días y de 9 días y más alcanzan el 0,26% correspondiente a 1 persona.

Interpretación

Estos datos revelan que la población mayoritaria permanece por lo general de uno a dos días debido a la comercialización existente de artículos en cuero, pero también por familiares residentes en la parroquia.

Tabla 11
Servicios utilizados para el viaje.

¿Cuáles de los siguientes servicios, ha utilizado para realizar este viaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alimentación	117	30,5	30,5	30,5
Hospedaje	29	7,6	7,6	38,0
Guianza	14	3,6	3,6	41,7
Agencia de Viajes	89	23,2	23,2	64,8
Trasporte Turístico	135	35,2	35,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

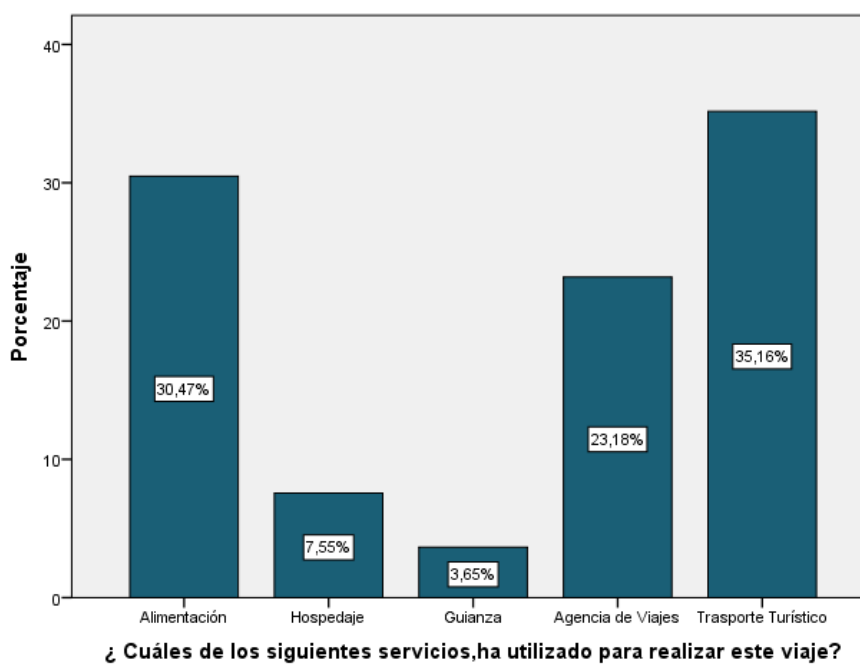


Figura 22. Servicios utilizados para el viaje

Análisis

Del 100%, el 35,16% correspondiente a 135 personas utilizó el servicio de transporte turístico, mientras que el 30,47% correspondiente a 117 personas utilizó el servicio de alimentación, continuando con el 23,16% correspondiente a 89 personas las cuales utilizaron una agencia de viajes, seguido del 7,55% correspondientes a 29 personas han utilizado hospedaje y finalmente con el 3,65% correspondientes a 14 personas utilizaron el servicio de guianza.

Interpretación

En su mayoría el servicio más utilizado por los visitantes es el transporte turístico permitiendo el ingreso directo desde distintos puntos del Ecuador, siendo la alimentación y los contratos con intermediarios turísticos como las agencias de viajes lo que permiten el acceso a la información y recorridos agradables.

Tabla 12
Tipo de transporte utilizado para el viaje

¿Qué tipo de transporte utiliza usted para visitar la Parroquia Quisapincha?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vehículo Propio	240	62,5	62,5	62,5
Buseta, Van	75	19,5	19,5	82,0
Bus	67	17,4	17,4	99,5
Auto Rentado	2	,5	,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

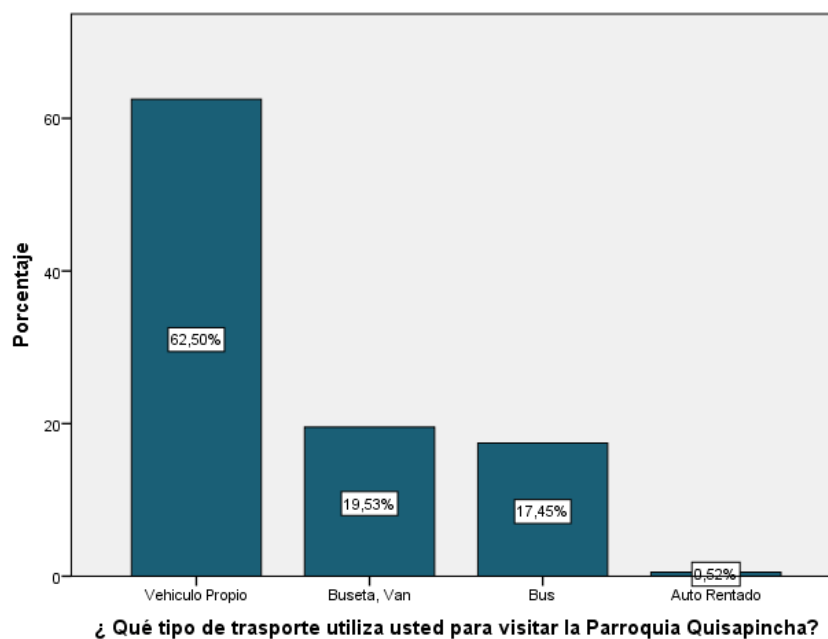


Figura 23. Tipo de transporte utilizado para el viaje

Análisis

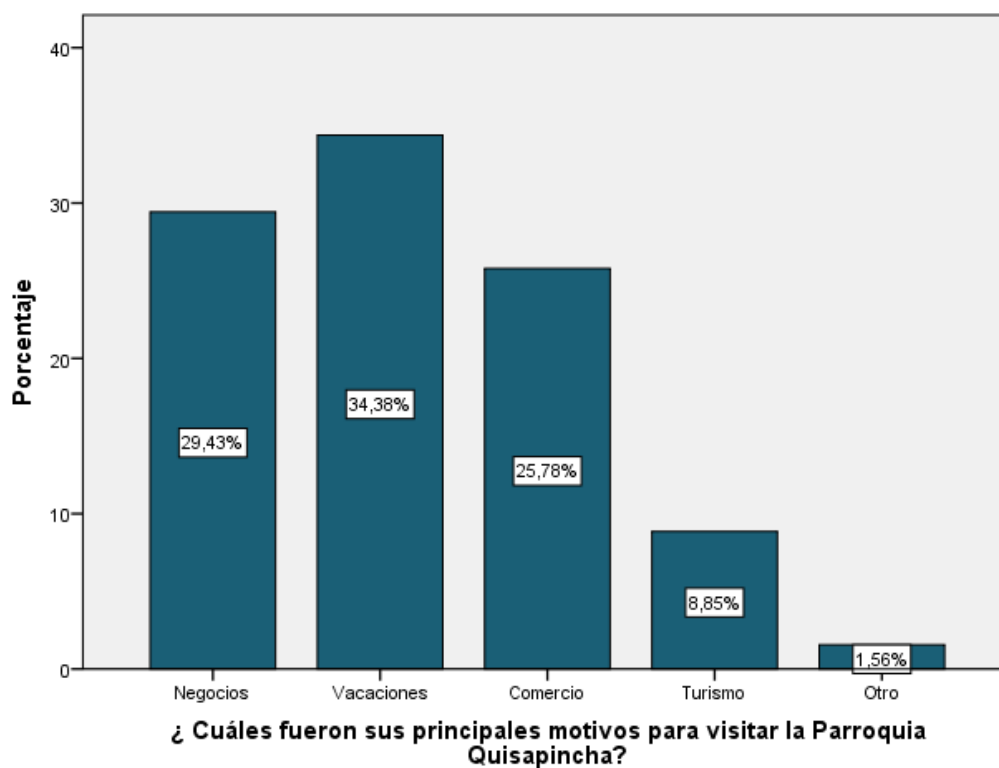
De 384 personas encuestadas, el 62,50% correspondiente a 240 personas realizan su recorrido en vehículos propios, mientras que el 19,55% correspondientes a 75 personas contratan buseta o Van, el 17,45% correspondiente a 67 personas ingresan a la parroquia en los recorridos de las líneas de buses Quisapincha, solamente el 0,62% correspondientes a 2 personas rentan autos.

Interpretación

Los visitantes mayormente viajan autos propios y sin ningún inconveniente, esto explica que la vía Ambato-Quisapincha se encuentra en perfectas condiciones, sin embargo, otros medios utilizados en menor grado son los Vans y los buses.

Tabla 13*Principales motivos para el viaje hacia la Parroquia Quisapincha***¿Cuáles fueron sus principales motivos para visitar la Parroquia Quisapincha?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V	Negocios	113	29,4	29,4	29,4
á	Vacaciones/	166	43,3	43,3	72,7
l	Turismo	99	25,8	25,8	98,5
i	Comercio	6	1,6	1,6	100,0
d	Otro				
o					
Total		384	100,0	100,0	

**Figura 24.** Principales motivos para el viaje hacia la Parroquia Quisapincha

Análisis

Del 100%, el 43,3% correspondiente a 166 personas visitan la parroquia en temporada de vacaciones o feriados, mientras que el 29,43% correspondiente a 113 personas lo hacen por negocios, el 25,78% correspondientes a 99 personas mencionan que el motivo de su viaje es por comercio, solamente el 1,56% correspondiente a 6 personas indican que las visitas son por familiares residentes.

Interpretación

Este análisis nos demuestra que la población mayoritaria viaja a la parroquia Quisapincha por Turismo y Vacaciones, lo cual permite manifestar la importancia de la creación de nuevas alternativas turísticas que generen impacto y permitan la permanencia constante, tal cual se está realizando en esta investigación con el fin de fomentar la atracción por las actividades turísticas, a la vez que generan desarrollo local, social y económico.

Tabla 14

Cuál es el medio en el que usted busca información de su destino de viaje?

¿ Cuál es el medio en el que usted busca la información acerca de su destino viaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Internet	182	47,4	48,1	48,1
	Redes Sociale	189	49,2	50,0	98,1
	Revistas	2	,5	,5	98,7
	Otro	5	1,3	1,3	100,0
	Total	378	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,6		
Total		384	100,0		

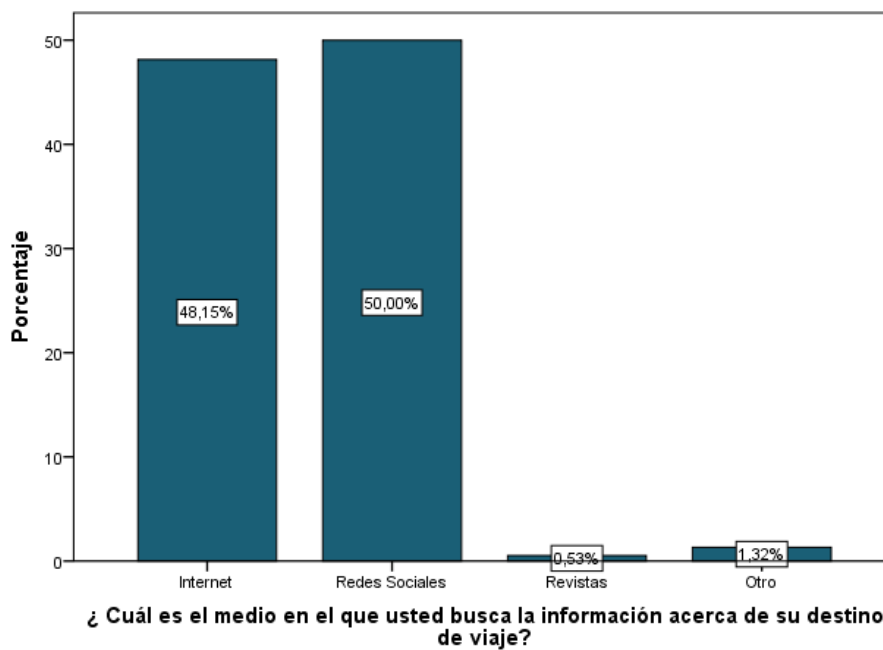


Figura 25. Medios de búsqueda de información

Análisis

Del 100% de la población encuestada, el 50,00% correspondiente a 189 personas buscan información en redes sociales, mientras que el 48.15 correspondiente a 182 revisan información en internet, para el 1,32% correspondiente a 5 personas visitan un sitio por recomendación y finalmente, el 0,53% correspondiente a 2 personas lo hacen mediante revistas.

Interpretación

La actual generación está en el auge de la tecnología, es por eso que la población busca información por redes sociales, además de ser una herramienta de utilidad y manejada desde la comodidad de los hogares, por otro lado, es importante realizar publicaciones constantes en estos sitios para lograr que el visitante tenga la curiosidad de recorrer estos sitios. También ha tomado fuerza el internet en las páginas web y la información colgada en sitios de relevancia, haciendo que los prestadores de servicios se comuniquen con los turistas.

Tabla 15
Conocimiento sobre actividades agroturísticas

¿Ha escuchado acerca de las actividades agroturísticas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	301	78,4	78,4	78,4
	No	83	21,6	21,6	100,0
Total		384	100,0	100,0	

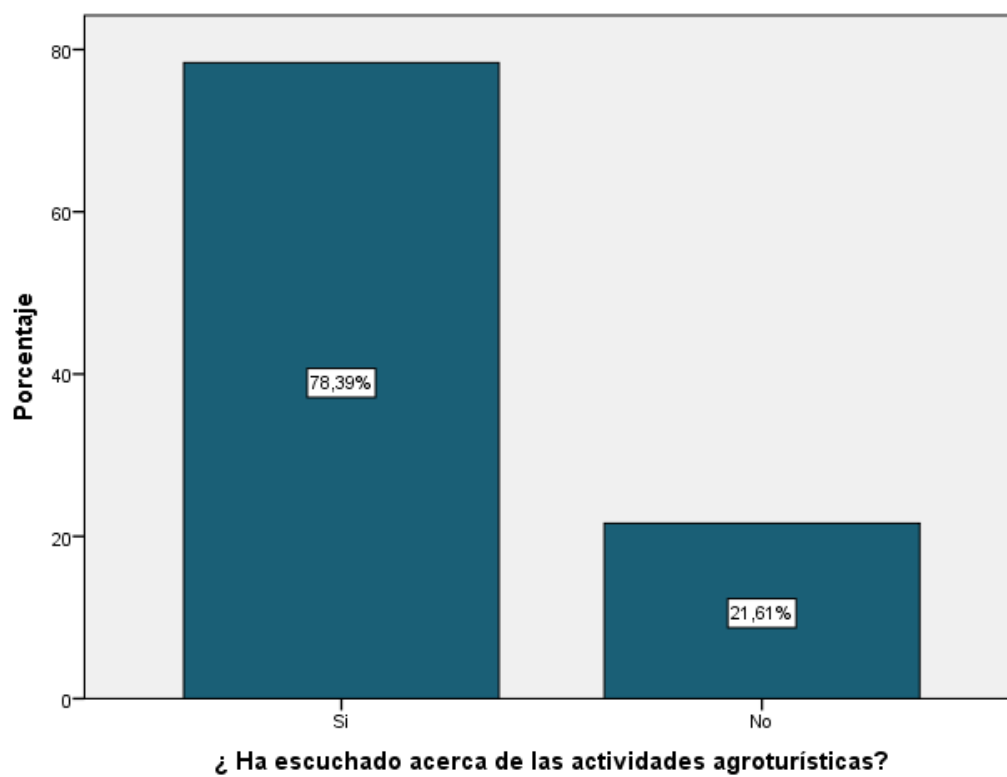


Figura 26. Conocimiento sobre actividades agroturísticas

Análisis

Del 100% de encuestas realizadas, el 78,4% correspondiente a 301 personas si conocen acerca de las actividades agroturísticas, por otro lado, el 21,61% correspondiente a 83 personas lo desconocen.

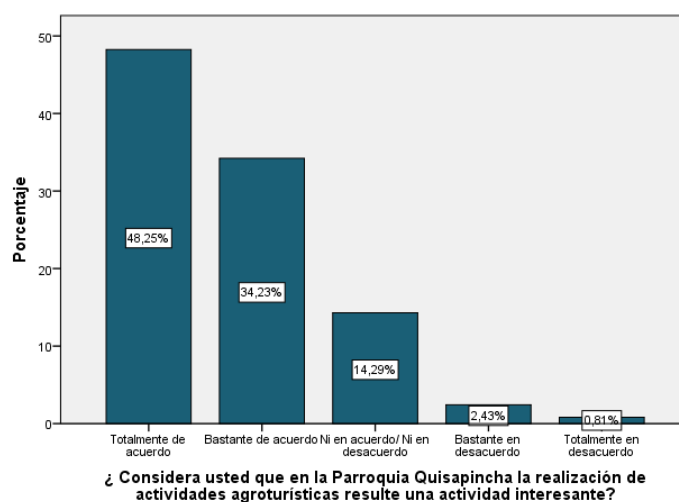
Interpretación

La población en general encuestada demuestra el conocimiento acerca de estas actividades, lo que realza la importancia de la generación de actividades agroturísticas en la parroquia Quisapincha para satisfacer las necesidades y el disfrute máximo del tiempo libre.

Tabla 16*La actividad agroturística como actividad de interés*

¿Considera usted que en la Parroquia Quisapincha la realización de actividades agroturísticas resulte una actividad interesante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	179	46,6	48,2	48,2
	Bastante de acuerdo	127	33,1	34,2	82,5
	Ni en acuerdo/ Ni en desacuerdo	53	13,8	14,3	96,8
	Bastante en desacuerdo	9	2,3	2,4	99,2
	Totalmente en desacuerdo	3	,8	,8	100,0
	Total	371	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
	Total	384	100,0		

**Figura 27.** La actividad agroturística como actividad de interés

Análisis

Del 100% de la población encuestada, el 50,00% correspondiente a 189 personas buscan información en redes sociales, mientras que el 48.15 correspondiente a 182 revisan información en internet, para el 1,32% correspondiente a 5 personas visitan un sitio por recomendación y finalmente, el 0,53% correspondiente a 2 personas lo hacen mediante revistas.

Interpretación

La actual generación está en el auge de la tecnología, es por eso que la población busca información por redes sociales, además de ser una herramienta de utilidad y manejada desde la comodidad de los hogares, por otro lado, es importante realizar publicaciones constantes en estos sitios para lograr que el visitante tenga la curiosidad de recorrer estos sitios. También ha tomado fuerza el internet en las páginas web y la información colgada en sitios de relevancia.

Tabla 17

Grado de importancia de las actividades agroturisticas

Si su respuesta es afirmativa ¿cuál de las siguientes actividades agroturisticas le gustaría realizar?
(conteste en una escala del 1 al 7 teniendo en cuenta que 1 es el grado mínimo y el 7 el máximo)

Ítems	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Pesca en ríos y estanques	59	15,30%	15,30%
Paseo a Caballo	46	12,80%	12,80%
Alimentación de animales de granja	56	14,00%	14,00%
Observación de procesos agroindustriales	57	14,10%	14,10%
Disfrute de gastronomía típica	48	13,30%	13,30%
Fotografía rural	59	15,30%	15,30%
Elaboración de quesos	59	15,30%	15,30%
Total	384	100,00%	100,00%

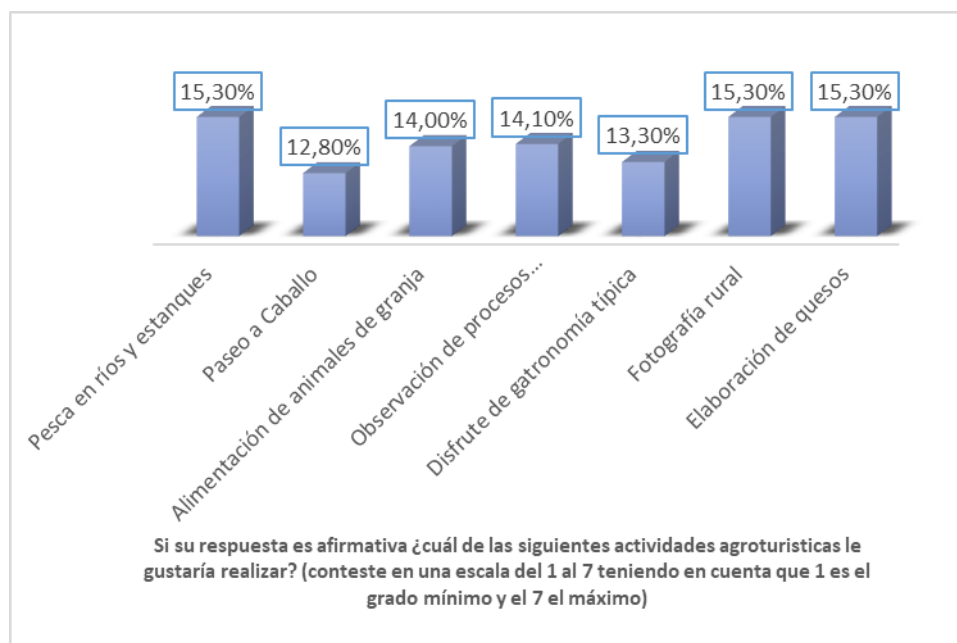


Figura 28. Grado de importancia de las actividades agroturisticas

Análisis

Del 100% de la población encuestada, el 15,34% de la población prefiere actividades de pesca en ríos y estanques, el 15,27% desea paseos a caballo, el 14,81% opta por alimentación a los animales de granja, el 13,89% elije el disfrute de la gastronomía típica, el 13,49 desea realizar fotografía rural, finalmente, el 13,16% el disfrute elaboración de quesos.

Interpretación

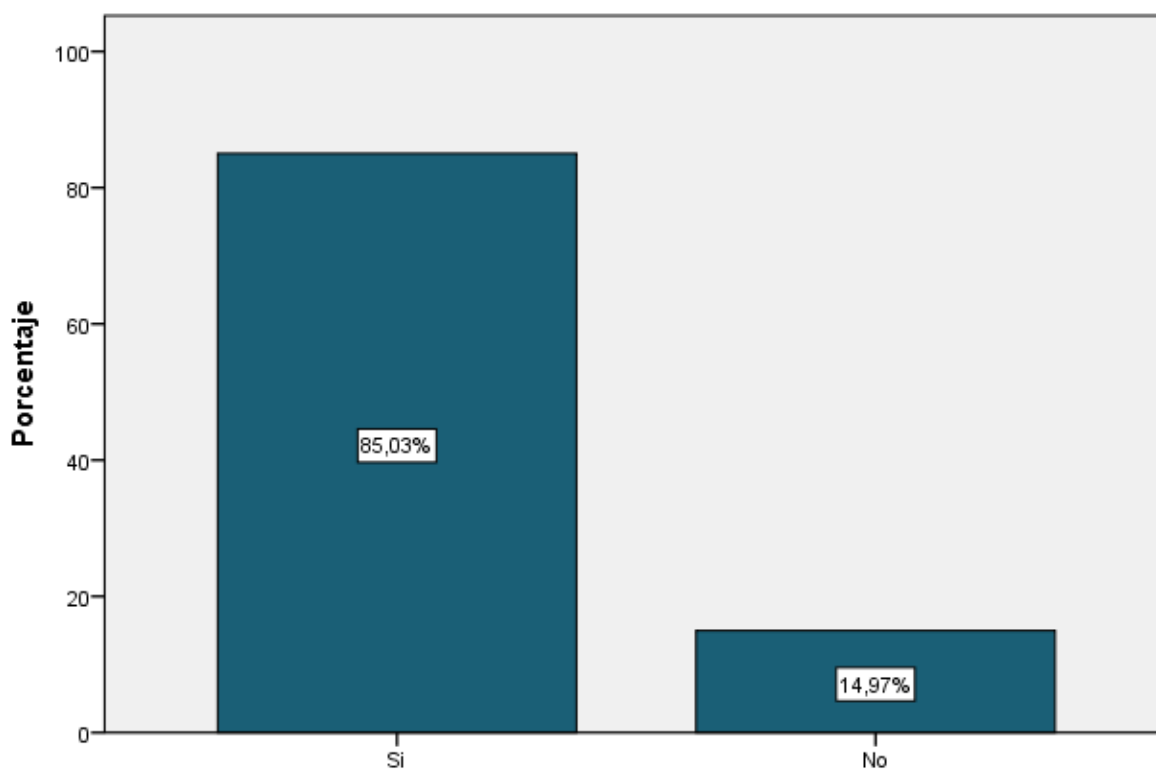
Las poblaciones visitantes de acuerdo a la escala propuesta en la encuesta han optado por elegir la pesca deportiva como principal actividad de disfrute en cuento al agroturismo, seguido de las demás actividades que tiene casi en mismo porcentaje de relevancia, es por ello la importancia de generar el fomento turístico en conjunto con las actividades agrarias.

Tabla 18

Consumo del producto turístico en la Parroquia Quisapincha

¿Si se le ofreciera un Producto agroturístico enmarcado en el agroturismo lo tomaría?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	318	82,8	85,0	85,0
	No	56	14,6	15,0	100,0
	Total	374	97,4	100,0	
Total		384	100,0		



¿ Si se le ofreciera un Producto agroturístico enmarcado en el agroturismo lo tomaría?

Figura 29. Consumo del producto turístico en la Parroquia Quisapincha

Análisis

De 384 personas encuestadas, el 85,00% si tomaría el producto turístico que se enmarque con las actividades agrarias, mientras que el 14,5% no lo tomaría.

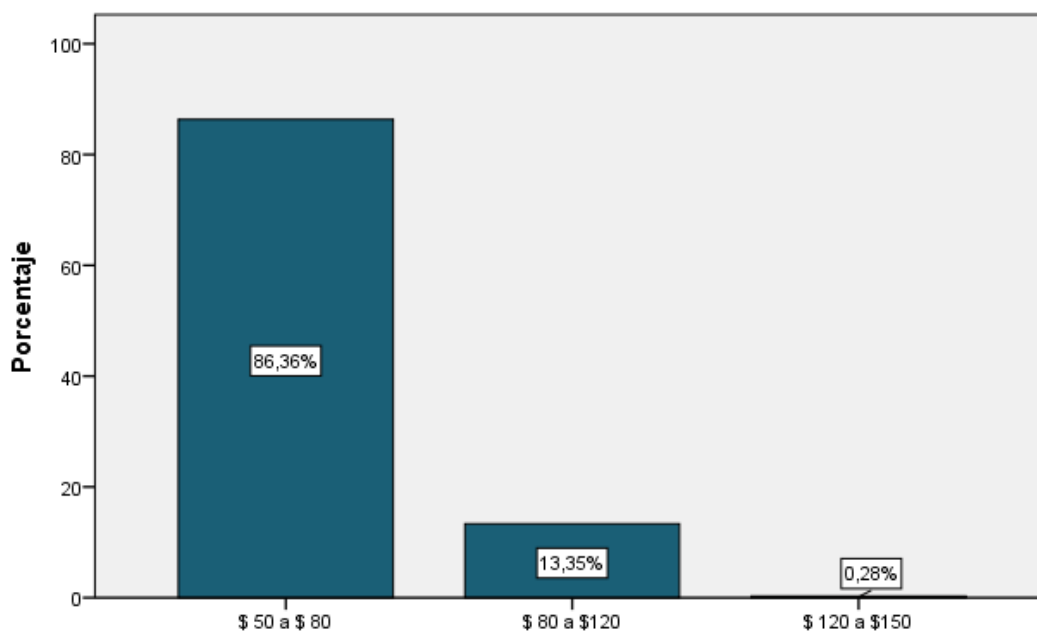
Interpretación

Estos resultados demuestran la existencia del interés de más de la mitad de la población en la generación de un producto turístico enmarcado en el agroturismo, a su vez exponiendo la afinidad por el disfrute de la naturaleza y el aprovechamiento libre en actividades como pesca en ríos y estanques, paseo a caballo, alimentación de animales de granja, observación de procesos agroindustriales, disfrute de gastronomía típica, fotografía rural, elaboración de quesos.

Tabla 19*Pago por producto ofrecido*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por persona, un tour especializado de 1 día (Full day) el cual incluya transporte, alimentación y guía en la Parroquia Quisapincha?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$ 50 a \$ 80	304	79,2	86,4	86,4
	\$ 80 a \$120	47	12,2	13,4	99,7
	\$ 120 a \$150	1	,3	,3	100,0
Total		352	91,7	100,0	
Perdidos	Sistema	32	8,3		
Total		384	100,0		



¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por persona, un tour especializado de 1 día (Full day) el cual incluya transporte, alimentación y guía en la Parroquia Quisapincha?

Figura 30. Pago por producto ofrecido

Análisis

Del 100%, el 86,6% correspondiente a 304 personas están dispuestas a pagar entre \$50 a \$80 por un tour especializado, el 13,35% correspondiente a 47 personas están dispuestos a cancelar entre \$80 a \$120, finalmente 0,28% pagaría entre \$120 a \$150 dólares.

Interpretación

Evidentemente las elaboraciones de paquetes turísticos se centrarán en diseños de 1 día (Full day) debido a que la mayoría solamente permanece un día y prefiere aprovechar al máximo el tiempo de ocio, además de tener un costo entre \$50 a \$80 dólares americanos.

4.1.2. Análisis e interpretación de la entrevista a las asociaciones

La interpretación de los resultados de las entrevistas se realiza tomando en consideración a los actores principales, los cuales son los presidentes de las 6 asociaciones y que a la vez servirán como objeto de estudio en la presente investigación:

Tabla 20
Entrevista Asociación 1

Datos generales			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Quisapincha	Comunidad	Condezan
Datos del entrevistado			
Nombres/Apellidos	Segundo Apolinario Tusa Toaza	Género	M
Profesión/Ocupación	Agricultor	Edad	48 años
Dirección(Residencia)	Barrio loma de Diego Toro		
Asociación	Asociación de Productores Agrícolas Ñuca Llacta		
Preguntas			
¿Qué tiempo aproximado usted vive en la parroquia Quisapincha?	<i>He vivido siempre desde que nací hacer 48 años</i>		
¿Sabe usted, qué es el agroturismo?	<i>La verdad que no se de lo que se trata, supongo que se relaciona con la agricultura.</i>		
¿Cuál de las actividades agroturisticas considera usted que podría ofrecer la asociación a los visitantes?	<i>Las asociaciones podemos ofrecer una variedad de actividades desde paseos a caballo, gastronomía típica, pesca deportiva, visita a las cascadas, fotografías porque estamos en una parroquia rural con variedad de cosas que se puede dar a conocer a los turistas.</i>		
¿Cree usted que las actividades agroturisticas será el motor principal para el desarrollo social y económico en la parroquia Quisapincha?	<i>Si, ahora que me explica, claro las actividades podría llamar la atención de los turistas que servirán de motor principal para el desarrollo de la localidad.</i>		

CONTINÚA



Según si criterio, ¿Cuál es el principal motivo que limita a las asociaciones para dar a conocer sus actividades agrícolas a los turistas?	<i>La falta de compromiso por parte de las actividades del sector rural, porque ofrecen maravillas y al final del día no cumplen y se aprovechan de la población, por eso ya no se cree en ofrecimiento porque han mentido a la gente.</i>
¿Conoce usted , si existe algún medio por el cual de transmite información turística de la parroquia?	<i>No, no he escuchado ningún medio que transmita información de turismo de la parroquia, solamente cuando son las fiestas en junio pasan por la radio pero nada más.</i>
¿Considera usted que es necesario transmitir información acerca de las actividades que realizan las asociaciones con otras personas, a fin de promover el turismo en las parroquia?	<i>Sí, claro porque permitirá que los turistas vengan y visiten, conozcan de las actividades que cada asociación realiza.</i>
¿Qué mecanismos usted considera sería el apropiado para difundir y promocionar las actividades que se realizan en cada asociación?	<i>Folleto, videos, charlas y ferias de producción para dar a conocer a los demás.</i>
¿Cree usted que es necesario que las autoridades de la parroquia, promocióne el agroturismo?	<i>Es importante que las autoridades ayuden a difundir información más aún si es de agricultura porque así venderíamos desde nuestra casa.</i>
¿Que opina acerca del diseño de un producto agroturístico enmarcado en el agroturismo en la parroquia Quisapincha?	<i>Sería bueno que las universidades también se involucren en estas iniciativas, además que nos capaciten para poder manejar esos temas que por desconocimiento no lo practicas y seguimos viviendo en la misma situación.</i>

Tabla 21
Entrevista Asociación 2

Datos generales			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Quisapincha	Comunidad	Putugleo
Datos del entrevistado			
Nombres/Apellidos	Segundo Eustaquio Tayupanta Pilapanta	Género	M
Profesión/Ocupación	Agricultor	Edad	62 años
Dirección(Residencia)	Frente a la ex escuela Abel Pachano		
Asociación	Asociación de Productores Los Clavelitos		
Preguntas			
¿Qué tiempo aproximado	62 años estoy aquí.		

usted vive en la parroquia Quisapincha?	
¿Sabe usted, qué es el agroturismo?	No
¿Qué productos se ofrece en su asociación?	<i>En la asociación tenemos producción de hortalizas como col, remolacha, lechuga para consumo, también tenemos plántulas si desean comprar para que siembren en sus huertas.</i>
¿Cree usted que las actividades agroturisticas será el motor principal para el desarrollo social y económico en la parroquia Quisapincha?	<i>Ahora ya vemos que las asociaciones se organizan y producen para ir a comercializar en los mercados, pero si hay la posibilidad de trabajar con agricultura y turismo nosotros estamos dispuestos.</i>
Según su criterio, ¿Cuál es el principal motivo que limita a las asociaciones para dar a conocer sus actividades agrícolas a los turistas?	<i>El presupuesto no existente para realizar elaboración de afiches sumado a eso el desinterés por parte de las autoridades.</i>
¿Conoce usted , si existe algún medio por el cual de transmite información turística de la parroquia?	<i>En la actualidad la parroquia es conocida por los artículos en cuero, dejando de lado a los agricultores.</i>
¿Considera usted que es necesario transmitir información acerca de las actividades que realizan las asociaciones con otras personas, a fin de promover el turismo en las parroquia?	<i>Si, sería muy importante porque se vende a los intermediarios y no ganamos lo que se debería, por eso pedimos que si existe algún modo de ayudar estamos dispuestos a colaborar.</i>
¿Qué mecanismos usted considera sería el apropiado para difundir y promocionar las actividades que se realizan en cada asociación?	<i>Videos, tv, trípticos</i>
¿Cree usted que es necesario que las autoridades de la parroquia, promocióne el agroturismo?	<i>Las autoridades se despreocupan por estas iniciativas, pero por otro lado los mismos compañeros de la organización se cansan al no resultados relevante.</i>
¿Que opina acerca del diseño de un producto agroturístico enmarcado en el agroturismo en la parroquia Quisapincha?	<i>Sería bueno que nos ayuden a guiar y si es mediante esta actividad mejor para nosotros como asociaciones que buscamos siempre alternativa para ofrecer nuestros productos.</i>

Tabla 22
Entrevista Asociación 3

Datos generales			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Quisapincha	Comunidad	Barrio el Mirador
Datos del entrevistado			
Nombres/Apellidos	Luis Yanchapanta Iguiquitin	Género	M
Profesión/Ocupación	Agricultor	Edad	61 años
Dirección(Residencia)	Barrio mirador a dos tres cuadras del Mercado Central		
Asociación	Asociación de Pro-mejoras del Barrio el Mirador		
Preguntas			
¿Qué tiempo aproximado usted vive en la parroquia Quisapincha?	61 años		
¿Sabe usted, qué es el agroturismo?	No		
¿Qué productos se ofrece en su asociación?	<i>La asociación busca el desarrollo de las familias que están en nuestra organización mediante el aporte en la limpia de carreteras, pero además se está empezando con la cría de cerdos.</i>		
¿Cree usted que las actividades agroturisticas será el motor principal para el desarrollo social y económico en la parroquia Quisapincha?	<i>Por supuesto que sí, porque necesitamos darnos a conocer con los demás para que vengan a visitarnos y conozcan de nosotros.</i>		
Según su criterio, ¿Cuál es el principal motivo que limita a las asociaciones para dar a conocer sus actividades agrícolas a los turistas?	<i>La falta de recursos y la falta de gestión de las autoridades</i>		
¿Conoce usted, si existe algún medio por el cual se transmite información turística de la parroquia?	No		
¿Considera usted que es necesario transmitir información acerca de las actividades que realizan las asociaciones con otras personas, a fin de promover el turismo en la parroquia?	<i>Es importante porque cada asociación tiene su historia entre altos y bajos, pero sin embargo estamos en la lucha y siempre dispuestos a enfrentar cualquier problema. Es por eso, que ahora ya estamos trabajando aunque ganando muy poco.</i>		

CONTINÚA



¿Qué mecanismos usted considera sería el apropiado para difundir y promocionar las actividades que se realizan en cada asociación?	<i>Pienso que videos, afiches, hojas volantes, en la radio.</i>
¿Cree usted que es necesario que las autoridades de la parroquia, promocióne el agroturismo?	<i>Es necesario para poder crear fuentes de empleo y no emigrar a las ciudades grandes que actualmente se evidencian muchos casos.</i>
¿Que opina acerca del diseño de un producto agroturístico enmarcado en el agroturismo en la parroquia Quisapincha?	<i>Es interesante que las universidades promuevan acciones que contribuyan al desarrollo de todos</i>

Tabla 23
Entrevista Asociación 4

Datos generales			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Quisapincha	Comunidad	Cachilvana Chico
Datos del entrevistado			
Nombres/Apellidos	María Chadan Criollo	Género	F
Profesión/Ocupación	Agricultor	Edad	47 años
Dirección(Residencia)	100 metros de las escuela de Cachilvana Chico		
Asociación	Asociación Producción Agropecuaria La Salle		
Preguntas			
¿Qué tiempo aproximado usted vive en la parroquia Quisapincha?	<i>47 años</i>		
¿Sabe usted, qué es el agroturismo?	<i>No</i>		
¿Qué productos se ofrece en su asociación?	<i>Nuestra asociación se dedica al cultivo de plantas medicinales e entre ellas el toronjil, manzanilla, hierva buena, hierva luisa, además realizamos artesanías de "Shigras" para que lo adquieran.</i>		
¿Cree usted que las actividades agroturisticas será el motor principal para el desarrollo social y económico en la parroquia Quisapincha?	<i>Si porque es el ingreso que tenemos para mantener el hogar y brindarles el estudio.</i>		
Según si criterio, ¿Cuál es el principal motivo que limita a las asociaciones para dar a conocer sus	<i>Falta de publicidad y escasa importancia de las autoridades competentes porque prefieren realizar otras actividades.</i>		



actividades agrícolas a los turistas?	
¿Conoce usted , si existe algún medio por el cual de transmite información turística de la parroquia?	No
¿Considera usted que es necesario transmitir información acerca de las actividades que realizan las asociaciones con otras personas, a fin de promover el turismo en las parroquia?	Sí, porque los turistas llegan por la compra de artículos en cuero y no saben que también nosotros realizamos estas actividades.
¿Qué mecanismos usted considera sería el apropiado para difundir y promocionar las actividades que se realizan en cada asociación?	Por afiches, porque eso de la tecnología no manejamos bien aunque también sería bueno porque todos tiene celular e internet.
¿Cree usted que es necesario que las autoridades de la parroquia, promocioe el agroturismo?	Sí, porque cuando nosotros salimos a vender los intermediarios compran al precio más bajo y no nos ayuda a nosotros, también las autoridades deben pensar en eso.
¿Que opina acerca del diseño de un producto agroturístico enmarcado en el agroturismo en la parroquia Quisapincha?	Que bien porque así nos pueden ayudar y capacitarnos bien para poder obtener otra alternativas de ingresos.

Tabla 24
Entrevista Asociación 5

Datos generales			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Quisapincha	Comunidad	Putugleo
Datos del entrevistado			
Nombres/Apellidos	Segundo José Sillagana	Género	M
Profesión/Ocupación	Agricultor	Edad	52 años
Dirección(Residencia)	A 200m de la ex escuela Abel Pachano		
Asociación	Organización de Mujeres Kichwas Nueva Generación		
Preguntas			
¿Qué tiempo aproximado usted vive en la parroquia Quisapincha?	52 años		

CONTINÚA



¿Sabe usted, qué es el agroturismo?	<i>Ni idea</i>
¿Qué productos se ofrece en su asociación?	<i>En la huerta se produce moras, hortalizas, plántulas, para que pueden venir a visitarnos.</i>
¿Cree usted que las actividades agroturisticas será el motor principal para el desarrollo social y económico en la parroquia Quisapincha?	<i>Sí, porque nosotros nos dedicamos a la agricultura y si se puede hacer turismo mucho mejor.</i>
Según su criterio, ¿Cuál es el principal motivo que limita a las asociaciones para dar a conocer sus actividades agrícolas a los turistas?	<i>El desinterés que tiene las autoridades que están al mando, porque siendo de las parroquias más antiguas deberían estar más desarrollados que los otros.</i>
¿Conoce usted, si existe algún medio por el cual de transmite información turística de la parroquia?	<i>No</i>
¿Considera usted que es necesario transmitir información acerca de las actividades que realizan las asociaciones con otras personas, a fin de promover el turismo en la parroquia?	<i>Si, deberían haber programas o ferias que nos ayuden a brindar información de los demás</i>
¿Qué mecanismos usted considera sería el apropiado para difundir y promocionar las actividades que se realizan en cada asociación?	<i>Ferias locales, visitas al campo, videos, afiches.</i>
¿Cree usted que es necesario que las autoridades de la parroquia, promocióne el agroturismo?	<i>Si, más bien se los eligió para que velen por el interés de la población.</i>
¿Que opina acerca del diseño de un producto agroturístico enmarcado en el agroturismo en la parroquia Quisapincha?	<i>Si no es ofrecimiento está bien, se podría ayudar con cualquier información para realizar las actividades.</i>

Tabla 25
Entrevista Asociación 6

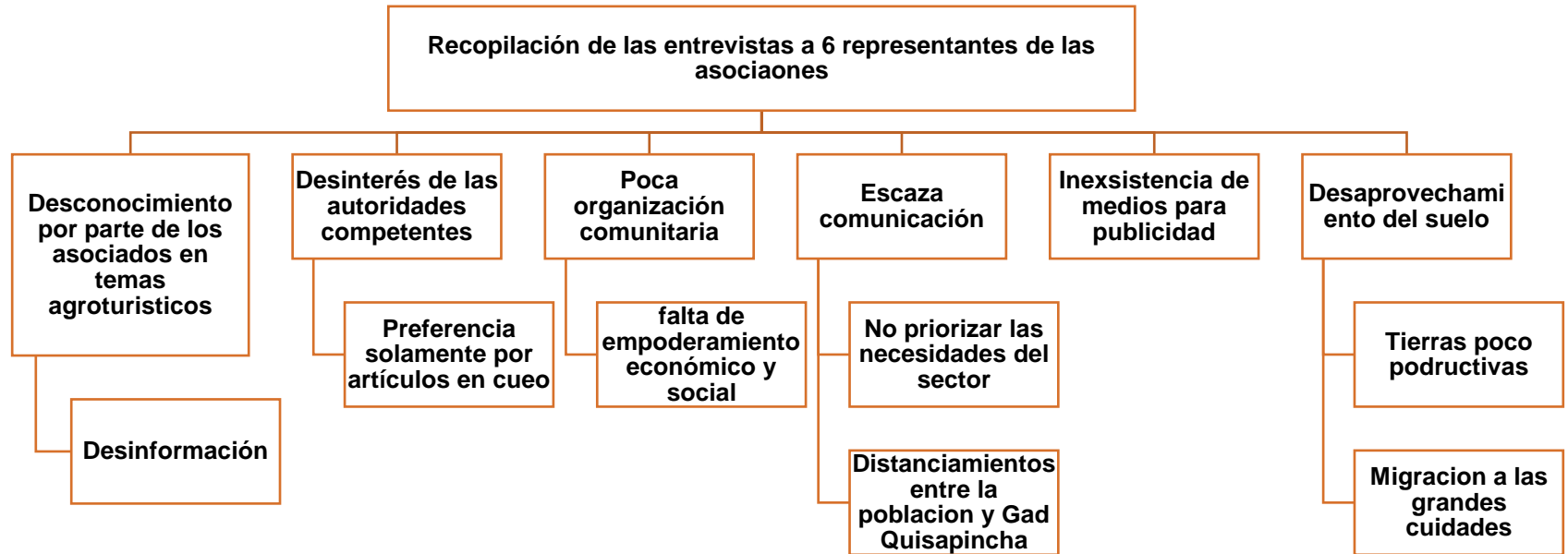
Datos generales			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Quisapincha	Comunidad	Putugleo
Datos del entrevistado			
Nombres/Apellidos	Rosa Chunata Masabanda	Género	F
Profesión/Ocupación	Agricultor	Edad	38 años
Dirección(Residencia)	A 200m de la ex escuela Abel Pachano		
Asociación	Asociación de Amparo Social La Merced de Condezán		
Preguntas			
¿Qué tiempo aproximado usted vive en la parroquia Quisapincha?	<i>15 años porque vine de Riobamba</i>		
¿Sabe usted, qué es el agroturismo?	<i>No</i>		
¿Qué productos se ofrece en su asociación?	<i>Nuestra producción se basa en la crianza de cuyes</i>		
¿Cree usted que las actividades agroturisticas será el motor principal para el desarrollo social y económico en la parroquia Quisapincha?	<i>Si solamente en la agricultura de alguna manera se obtiene lo suficiente para sobrevivir, este tipo de actividades mejorará en la calidad de vida de las familias.</i>		
Según su criterio, ¿Cuál es el principal motivo que limita a las asociaciones para dar a conocer sus actividades agrícolas a los turistas?	<i>La falta de comunicación entre la población y las autoridades.</i>		
¿Conoce usted, si existe algún medio por el cual de transmite información turística de la parroquia?	<i>No</i>		
¿Considera usted que es necesario transmitir información acerca de las actividades que realizan las asociaciones con otras personas, a fin de promover el turismo en la parroquia?	<i>Es importante porque nos damos a conocer y más bien recomendaría para que vengan y visiten mas personas.</i>		
¿Qué mecanismos usted considera sería el apropiado para difundir y promocionar las actividades que se realizan en cada asociación?	<i>Afiches, pancartas, etc</i>		

CONTINÚA



<p>¿Cree usted que es necesario que las autoridades de la parroquia, promocióne el agroturismo?</p>	<p><i>Deberán apoyar a la población más vulnerable que somos los agricultores, por eso las autoridades competentes deberían generar estrategias que permitan el mejoramiento de la vida de las personas.</i></p>
<p>¿Que opina acerca del diseño de un producto agroturístico enmarcado en el agroturismo en la parroquia Quisapincha?</p>	<p><i>Muy buena iniciativas esperando que se den más oportunidades de trabajo.</i></p>

Tabla 26
Resumen general de las entrevistas



4.1.3. Comprobación de Hipótesis

La comprobación de hipótesis de esta investigación tiene como base el método de la Chi Cuadrada, la cual parte de la siguiente fórmula:

$$x^2 = \left(\frac{(Fo - Fe)^2}{Fe} \right)$$

X²= Chi cuadrado

Σ=Sumatoria

Fe = Frecuencia esperada

Fo = Frecuencia observada

Planteamiento de la Hipótesis

El Agroturismo incide como alternativa para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

Proponer las hipótesis

En este sentido H₀ (Hipótesis nula) y H₁ (Hipótesis alternativa):

H₀= El Agroturismo NO incide como alternativa para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

H₁= El Agroturismo incide como alternativa para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

Variables

Variable Dependiente: Desarrollo Turístico

¿Si se le ofreciera un Producto agroturístico enmarcado en el agroturismo lo tomaría?

Variable Independiente: Agroturismo

¿Ha escuchado acerca de las actividades agroturísticas?

Especificar la significación

Para ello se trabaja con el 5% de significación, lo que significa con el 95% de confiabilidad.

Calcular las frecuencias esperadas

Las frecuencias observadas, es decir **F_o**, se obtiene al cruzar las variables mencionadas anteriormente. Luego, se procede al cálculo de las frecuencias esperadas, o **F_e**, lo cual se obtiene al multiplicar la suma total de cada columna por el total de cada fila, para la obtención final del Chi Cuadrado:

	Si	No	No responden	
¿Ha escuchado acerca de las actividades agroturísticas?	301	83	0	384
¿Si se le ofreciera un Producto agroturístico enmarcado en el agroturismo lo tomaría?	318	56	10	384
	619	139	10	768

	Si	No	No responden	
¿Ha escuchado acerca de las actividades agroturísticas?	309,5	69,5	5	384
¿Si se le ofreciera un Producto agroturístico enmarcado en el agroturismo lo tomaría?	309,5	69,5	5	384
	619	139	10	768

	Si	No	No responden	
¿Ha escuchado acerca de las actividades agroturísticas?	0,23344103	2,62230216	5	7,85574319
¿Si se le ofreciera un Producto agroturístico enmarcado en el agroturismo lo tomaría?	0,23344103	2,62230216	5	7,85574319
	0,46688207	5,24460432	10	15,7114864

Decisión y conclusión

El resultado de X^2 es igual a 15,7114864, para lo cual se ha tomado el 95% de confianza correspondiente a un valor crítico de 5,991 y 5% de margen de error, en comparación con los resultados obtenidos, el Chi-Cuadrado es mayor que el valor crítico, por lo tanto se procede a rechazar la H_0 (Hipótesis nula): El Agroturismo NO incide como alternativa para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua, y se acepta que H_1 (Hipótesis alternativa): El Agroturismo incide como alternativa para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

La parroquia Quisapincha es conocida a nivel nacional como un sitio de comercialización, por lo tanto los visitantes acuden a la compra de una extensa variedad de artículos en cuero, pero también existen turistas que por curiosidad han recorrido las comunidades y han visitado varios atractivos turísticos que permiten verificar la existencia de mayor potencial turístico natural, además de constatar la existencia de asociaciones que se dedican a las actividades agrícolas y pecuarias que les permite la subsistencia económica familiar.

Por tal motivo se ha visto la necesidad de la elaboración de un producto turístico enmarcado en las actividades agrarias que impulsen el turismo y su desarrollo local, atendiendo de esta manera las necesidades prioritarias de los habitantes e impulsando a los visitantes a conocer y disfrutar el entorno en estado natural.

5.1. Datos informativos

Título: Análisis del Agroturismo como alternativa para el Desarrollo Turístico en la parroquia Quisapincha, cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

5.2. Macro Localización

El Ecuador geográficamente se ha determinado por zonas, es así que el sitio de estudio está ubicado en la zona 3 conformado por las provincias “Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua” de acuerdo a la determinación de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2015. Además la provincia Tungurahua posee una extensión de 3.334 km² y una altitud de 2577.067 msnm limitando “con las provincias de Cotopaxi al norte, Chimborazo y Morona Santiago por el sur, Napo y Pastaza por el oeste y Bolívar por el este” (Aviles, E.; s.f). Asimismo, conformada por 9 cantones siendo la ciudad de Ambato la capital.



Figura 31. Mapa provincia Tungurahua

Fuente: (Ecotravel,2014)

La provincia de Tungurahua es reconocida a nivel nacional por la producción masiva agrícola y pecuaria que permite alimentar a la población con productos frescos y de calidad, tal es el caso de algunos pobladores que se han sido beneficiados con los programas y proyectos implementados por las varias instituciones tanto del sector público como el privado. Una iniciativa implementada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua es la “Estrategia Agropecuaria de Tungurahua” que permite capacitarse técnicamente en actividades agropecuarias para el fomento de desarrollo social y económico en las familias interesadas.

5.3. Micro localización

La parroquia Quisapincha está ubicada al suroccidente de la provincia de Tungurahua a 12 km de la ciudad de Ambato, siendo una de las parroquias más antiguas se limita al norte con la provincia de Cotopaxi, al sur con las parroquias Pasa y Santa Rosa, al este con las parroquias Ambatillo y San Bartolomé de Pinillo, y al oeste con las parroquias de San Fernando y Pasa. Posee una extensión territorial de 119,9 km² y una temperatura promedio de 12°C.

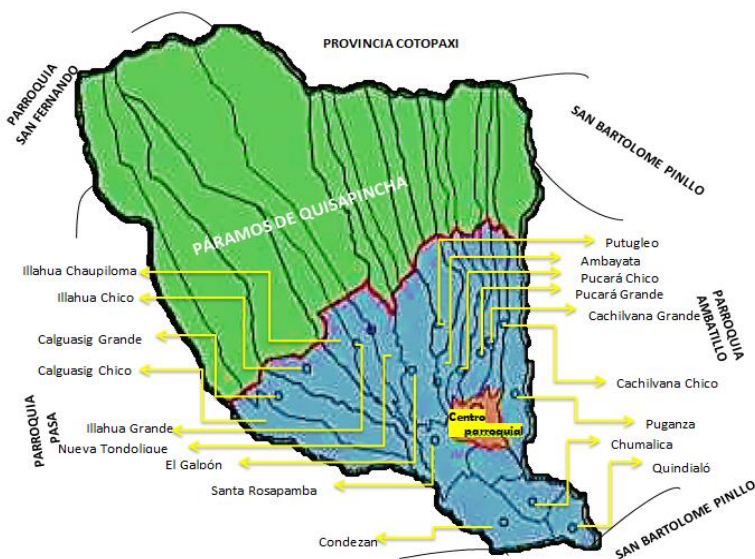


Figura 32. Mapa parroquia Quisapincha

Es preciso recalcar que al encontrarse a 3000 msnm tiene una producción agrícola favorable permitiendo obtener una variedad de productos orgánicos para el consumo local, más aún con la presencia de asociaciones que se dedican a las actividades agropecuarias que permiten ser sustento económico y al mismo tiempo proveer alimentos saludables y nutritivos a sus hogares.

Por tal motivo en la siguiente tabla se describen a las asociaciones participantes en este proyecto de investigación con su respectiva razón social:

5.3.1. Razón social de las Asociaciones

Tabla 27

Razón social de las Asociaciones

Asociación 1	
Razón social	Asociación de Productores Agrícolas Ñuca Llacta
Dirección	Barrio Pasañan S/n, comunidad Condezán
Ruc	1891760880001
Estado Jurídico	Activo
Año de inicio de actividades	2007
Tipo	Sociedades
Actividad	Micro_Pymes
Asociación 2	
Razón social	Asociación de Artesanos Clavelitos
Dirección	Junto a la Escuela Abel Pachano en la comunidad Putugleo Grande
Ruc	1891749313001
Estado Jurídico	Activo
Año de inicio de actividades	2016
Tipo	Sociedades
Actividad	Micro_Pymes
Asociación 3	
Razón social	Organización de Mujeres Kichwas “Nueva Generación”
Dirección	5 min de la escuela Abel Pachano en comunidad Putugleo Grande
Ruc	
Estado Jurídico	Activo
Año de inicio de actividades	2008

CONTINÚA



Tipo	Sociedades
Actividad	Micro_Pymes
Asociación 4	
Razón social	Asociación de Producción Agropecuaria La Salle "Asopsall"
Dirección	Calle S/N comunidad de Cachilvana Chico
Ruc	1891766226001
Estado Jurídico	Activo
Año de inicio de actividades	2016
Tipo	Sociedades
Actividad	Micro_Pymes
Asociación 5	
Razón social	Comité Pro-Mejoras del Barrio El Mirador
Dirección	calles Chimborazo S/N en el barrio el Mirador vía a la comunidad Pucara Grande
Ruc	1891754074001
Estado Jurídico	Activo
Año de inicio de actividades	2010
Tipo	Sociedades
Actividad	Micro_Pymes
Asociación 6	
Razón social	Asociación de Amparo Social y Producción integral la Merced de Condezan
Dirección	Calle principipla S/N frente a la escuela Condezan de la misma comunidad
Ruc	1891766226001
Estado Jurídico	Activo
Fecha de inicio de actividades	2007
Tipo	Sociedades
Actividad	Micro_Pymes

5.4. Antecedente de la Propuesta

En la parroquia Quisapincha se ha determinado un escaso conocimiento que tiene la población en los temas relacionado con la actividad turística, lo cual afecta directamente en el aprovechamiento de los recursos naturales para generar nuevas oportunidades de empleo. Por tal motivo los turistas se centran solamente en la adquisición de artículos en cuero dejando a un lado la posibilidad para la generación de productos turísticos con enfoque natural y cultural.

En este sentido, existen investigaciones que se relacionan directamente con la presente tesis, en particular el tema denominado “La Potencialidad de los Recursos Turísticos existentes en el tramos Tilulún-Llangahua, y su relevancia en la generación de un Producto Turístico en el cantón Ambato” de Guerrero Naranjo, Mayra Alexandra en el año 2016 tuvo como objetivo determinar la potencialidad de los recursos turísticos existentes en el tramo Tilulún-Llangahua, y su relevancia en la generación de un Producto Turístico en el cantón Ambato.

Concluye la autora que se logró identificar los recursos con mayor potencial turístico para obtener un mejor desarrollo de turismo interno en el tramo Tilulún-Llangahua, los recursos importantes identificados en la zona son el paisaje, ríos, complejos y sus artesanías, es necesario que exista difusión, publicidad y apoyo financiero de las autoridades de turismo para fomentar el movimiento turístico.

De igual forma el tema “Elaboración de un Producto Turístico Comunitario en las comunidades Pucutahua y Llangahua del cantón Ambato, provincia

Tungurahua” de Luna Cruz, Blanca Dalia y Polo Caicho, Adriana Jaqueline en el año 2009 tuvo como objetivo principal elaborar un Producto Turístico Comunitario en las comunidades Pucutahua y Llangahua del cantón Ambato, provincia Tungurahua.

Lo anteriormente mencionado concluye que en vista de que las comunidades Llangahua y Pucutagua posee un gran potencial turístico; y, en base a las necesidades de la demanda se ha estructura un producto turístico comunitario, en el cual se diseñó una planta turística conformada por áreas de alojamiento, alimentación, información turística, un centro de interpretación artesanal y las actividades complementarias anclados con la actividad turística que permita el desarrollo económico local.

Por otra parte, el tema de Andino Peñafiel, Erica Estefanía en el año 2013 designado Diseño de un Producto Agro ecoturístico en la Granja “El Sendero del Ensueño”, parroquia San Luis, cantón Riobamba tuvo como objetivo diseñar un Producto Agro ecoturístico en la Granja “El Sendero del Ensueño”, parroquia San Luis, cantón Riobamba.

Para ello se concluye que el producto agro ecoturístico tendría una gran aceptación en el mercado; datos reflejados en el estudio de mercado, con un 100% de aceptación por los turistas extranjeros y 93% por turistas nacionales, “El Sendero del Ensueño” cuenta con una capacidad suficiente para recibir u 2% de demanda insatisfecha que llega a la provincia.

En resumen, mediante los temas previos analizados, se determina que la elaboración de productos turísticos es una iniciativa primordial para el fomento del desarrollo de una localidad permitiendo el mejoramiento de la calidad de vida de población de manera directa o indirecta, por tal razón la parroquia Quisapincha es un punto focal y de impacto positivo para promover el turismo mediante actividades agropecuarias que beneficien a todos.

5.5. Justificación

En la actualidad los turistas prefieren visitar sitios que les permita tener un contacto directo con los habitantes y el entorno que les rodea, no obstante, es importante mencionar que el acceso a compartir la parte cultural y tradicional es limitado, debido al escaso conocimiento de la población en relación al turismo. Es por ello la importancia que tiene la elaboración de un producto turístico enmarcado en las actividades agrarias lo cual servirá para impulsar a la sociedad al desarrollo económico, social, ambiental y tecnológico.

En la parte económica el desarrollo de esta iniciativa permitirá mitigar el nivel de pobreza existente en la zona, y reanimar a la población a crear fuente de empleo con los recursos que poseen que si bien es cierto aún no han sido utilizados y promocionados con fines turísticos.

Con respecto a la parte social permitirá disminuir el individualismo mediante el empoderamiento, compañerismo y la asociatividad en cada una de las asociaciones

para obtener un mejor desempeño tanto en lo laboral como también en la convivencia diaria con las vecindades.

En cuanto a la parte ambiental es importante reiterar que las asociaciones tienen conocimientos sobre el cuidado de la naturaleza y el cultivo en las tierras agrícolas con productos orgánicos, lo que se pretende mediante este proyecto dar a conocer la producción a los turistas que visitan la parroquia haciendo hincapié en que los productos que van adquirir tienen nutrientes que contribuyen al bienestar de la salud.

Finalmente, en la parte tecnológica, permitirá a las asociaciones expandir su producción mediante mecanismos que permitan alcanzar a la población nacional como internacional.

5.6. Objetivos

Elaborar un Producto Turístico enmarcado en las actividades agrarias para fomentar el desarrollo del sector.

5.7. Objetivos específicos

- Diseñar una marca que represente al producto turístico para promover la imagen de la parroquia Quisapincha como destino turístico.
- Elaboración de paquetes turísticos para fortalecer la actividad agroturística de la población.
- Implementar estrategias de difusión y comercialización del producto turístico.

5.8. Fundamentación de la propuesta

El producto turístico “es el conjunto de bienes, prestaciones, servicios y productos atractivos tangibles o intangibles que son proporcionados de forma individual o combinada, que atienden a las necesidades o deseos de visitante”. (Guerrero & Ramos, 2014, pág. 174)

El producto turístico supone, por tanto, la integración de los diferentes componentes de la oferta contralados por organismos públicos y por una variedad de operadores privados, ninguno de los cuales ejerce un control directo sobre el resultado final. (Molina P. , 2016, pág. 165)

El producto turístico puede definirse, como todo aquello que se pueda ofrecer a un mercado turístico para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención, con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad. (Empresa Publicaciones Vértice S.L, 2008)

En definitiva, el producto turístico es la organización, planificación y ejecución tanto de la oferta como de la demanda, con el fin de que las actividades turísticas permitan suplir las necesidades e incrementen el desarrollo local.

A continuación, se detalla el procedimiento para el diseño de un producto turístico la cual se fundamentó en el Manual de Procedimientos para el diseño de un Producto Turístico integrado en Cuba (Machado & Hernández, 2007, págs. 164-168) con el siguiente orden:

1. Búsqueda y análisis de la información.

- Análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras.
- Análisis de la competencia
- Inventario de recursos.

2. Diseño del producto.

- Concepción de nuevas ideas y su selección
- Cribado de ideas
- Definición de los atributos y concepto del producto
- Despliegue de clientes y sus requerimientos
- Diseño del producto.

3. Definición y fijación del precio.

4. Posicionamiento

5. Definición y selección del canal de distribución.

6. Retroalimentación

5.9. Diseño de la propuesta

Para la realización de la propuesta se ha previsto el diseño de una marca de identificación que englobe lo que quiere proyectar en el producto turístico, además la información detallada de las actividades a realizarse en cada atractivo, presentación de producto mediante la elaboración de paquetes turísticos acorde al requerimiento de la demanda y las estrategias de difusión. (Machado, E. & Hernández, Y. 2007)

5.9.1. Marca del producto turístico

El diseño se realizó en base a los colores representativos de la parroquia resaltando su entorno natural, el nombre “Asos.Pro” significa Asociaciones productivas representando a las seis asociaciones, la letra Q y dentro de ella “uisapincha” representa de la parroquia Quisapincha, las tres hojas de distintos tonos de verde que hace referencia a la variedad de producción existente en la actualidad por cada asociaciones, además se puede observar cuatro gotas que simboliza la abundancia del agua que posee la zona y por la cual se cosecha cualquier tipo de producción dependiendo de la zona en la que se encuentre, asimismo un slogan denominado “un mundo natural” haciendo referencia a que las tierras que posee la parroquia son limpias y cultivables solamente a base de productos naturales.



El color verde: es el que predomina en la marca debido a que son asociaciones de producción agropecuaria.



El color amarillo: representa la amabilidad y alegría de la gente con la que reciben a propios y extraños, además de la riqueza cultural que históricamente lo ha heredado.



El color azul y celeste: representa la abundancia del agua viene desde los páramos y vertientes para alimentar a los habitantes.



El color rojo: representa el coraje de la gente trabajadora para llevar el sustento diario a sus hogares.

5.9.2. Paquetes turísticos

Los paquetes turísticos están integrados por los atractivos turísticos potenciales del destino que se visitará, en función de aquello se ha diseñado el punto inicial del recorrido es la Plaza central de la parroquia Quisapincha, especificando horarios de llegado y salida de cada atractivo, también se detalla los costos de comercialización de cada paquete turísticos con sus respectivos descuentos al ser adultos mayores o niños, un box lunch, gorras con la marca de empresa, tal cual se detalla a continuación:

- Nombre del paquete
- Duración: (horas, días, noches)
- Idioma de guianza
- Centro de operaciones
- Carácter

- Dificultad
- Estilo
- Tiempo de actividades (inicio y fin)
- Descripciones de las actividades
- Costo de paquete
- Servicios que incluyen
- Servicios que no incluyen
- Requisitos para la visita (ropa, accesorios)
- Ruta

Cada uno de los ítems mencionados anteriormente consta en los paquetes turísticos elaborados de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los visitantes.

Tabla 28
Paquete turístico ASOS.PRO “El Productor”

PAQUETE TURÍSTICO ASOS.PRO “EL PRODUCTOR”						
Duración:		1 día (Full Day)	Carácter:	Natural	Dificultad:	Medio
Idioma de guianza:		Español			Estilo:	Circuito
Centro de operaciones:		Parroquia Quisapincha				
Hora		Actividades				
08:00	08:15	Concentración frente a la pileta en la plaza central de la parroquia Quisapincha				
08:15	08:30	Recorrido por la Iglesia San Antonio de Quisapincha (recorrido aproximado de 15 min)				
08:30	08:50	Salida hacia la Asociación La Salle				
08:50	09:30	Visita y recorrido a la Asociación La Salle el cultivo de plantas medicinales (recorrido aproximado de 40 min)				
09:30	09:40	Salida hacia las Cascada el Tingo (caminata aproximada 10 min)				
09:40	10:15	Recorrido y acenso de la cascada el Tingo (recorrido aproximado 25 min)				
10:15	10:30	Salida hacia el fuerte de Pucará (recorrido en bus 15 min hasta el atractivo)				
10:30	11:25	Explicación y recorrido por el Fuerte de Pucará (recorrido aproximado de 55 min y entrega de box lunch)				
11:25	11:45	Salida hacia la asociación los Clavelitos (recorrido aproximado de 20 min)				
11:45	12:30	Vista y recorrido en la Asociación Los Clavelitos plántulas en el invernadero (recorrido aproximado 45 min)				
12:30	13:30	Almuerzo en el restaurante Tía Tencha (permanencia 60 min)				
13:30	15:30	Recorrido en caballo hasta la Gruta de Santa Suela y observación de la Cascada el Duende (recorrido aproximando 120 min)				

CONTINÚA 

15:30	15:45	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 15 min)
15:45	16:45	Tour de compras por los almacenes de artículos en cuero (recorrido aproximado de 60 min)
16:45	17:00	Fin de Tour
COSTO DE PAQUETE:		38,22
Incluye:		Requisitos para la visita:
Almuerzo típico Box luch Guía loca		Ropa abrigada Documentos personales Protector solar Cámara fotográfica Poncho de aguas (de ser necesario) Gorra y Bebidas
No incluye: bebidas alcohólicas nada que no esté especificado en este paquete.		



Figura 33. Circuito ASOS.PRO “El Productor”

Tabla 29*Costo Paquete turístico ASOS.PRO “El Productor”*

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Precio grupal 10 pax
1	Trasporte terrestre	4	40
1	Guía turístico	3	30
1	Recorrido a caballo	10	100
1	Almuerzo	3	30
1	Box lunch	2	20
2	Ingreso a las asociaciones \$2	4	40
Precio antes de utilidad		26,00	260,00
IVA 12%		3,12	31,20
Marketing 0,05%		1,30	13,00
Utilidad 30%		7,80	78,00
Precio de venta al público		38,22	382,20

El precio por persona será de 38,22, mientras que para los niños y personas consideradas adultos mayores existirán un descuento del 15%.

Tabla 30*Paquete turístico ASOS.PRO “Zona Verde”*

PAQUETE TURÍSTICO ASOS.PRO “ZONA VERDE”					
Duración:	1 día (Full Day)		Carácter:	Natural	Dificultad: Medio
Idioma de guianza:	Español				Estilo: Circuito
Centro de operaciones:	Parroquia Quisapincha				
Hora	Actividades				
08:00	08:15	Concentración frente a la pileta en la plaza central la parroquia Quisapincha			
08:15	08:30	Recorrido por la Iglesia San Antonio de Quisapincha (recorrido aproximado de 15 min)			
08:30	08:45	Salida hacia el fuerte de Pucará (recorrido en bus 15 min hasta el atractivo)			
08:45	09:00	Explicación y recorrido por el Fuerte de Pucará (recorrido aproximado de 15 min y entrega de box lunch)			

CONTINÚA 

09:00	09:20	Salida hacia la asociación los Clavelitos (recorrido aproximado de 20 min)
09:20	10:00	Vista y recorrido en la Asociación Los Clavelitos plántulas en el invernadero (recorrido aproximado 40 min)
10:00	10:05	5 min caminata hacia la Asociación de Mujeres Kichwas Nueva Generación
10:05	10:30	Vista y recorrido en la Asociación de Mujeres Kichwas Nueva Generación (recorrido aproximado 25 min)
10:30	11:15	Salida hacia la montaña Yacuyuyo (recorrido bus aproximado de 45 min)
11:15	12:00	Vista y recorrido montaña Yacuyuyo (recorrido aproximado 45 min)
12:00	13:00	Almuerzo en el restaurante Mimi(permanencia 60 min)
13:00	13:05	Traslado a la plaza central para salir en caballo (caminata aproximada 5 min)
13:05	14:00	Recorrido en caballo hasta la Gruta de Santa Suela y observación de la Cascada el Duende (recorrido aproximando 55 min)
14:00	16:00	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 15 min)
16:00	17:00	Tour de compras por los almacenes de artículos en cuero (recorrido aproximado de 60 min)
17:00	17:15	Fin de Tour
COSTO DE PAQUETE:		44,10
Incluye:		Requisitos para la visita:
Almuerzo típico Box luch Guía loca Gorra y maleta con marca		Ropa abrigada Documentos personales Protector solar Cámara fotográfica Poncho de aguas (de ser necesario) Gorra y Bebidas
No incluye: bebidas alcohólicas nada que no esté especificado en este paquete.		

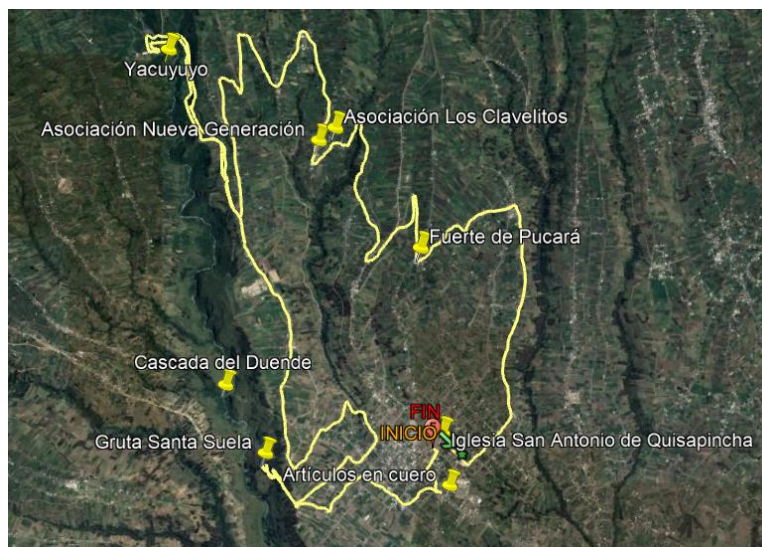


Figura 34. Circuito ASOS.PRO “Zona Verde”

Tabla 31

Costo Paquete turístico ASOS.PRO “Zona Verde”

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Precio grupal 10 pax
1	Trasporte terrestre	4	40
1	Guía turístico	3	30
1	Recorrido a caballo	10	100
1	Almuerzo	3	30
1	Box lunch	2	20
2	Ingreso a las asociaciones \$2	4	40
1	Gorra y maleta con la marca	4	40
Precio antes de utilidad		30,00	260,00
IVA 12%		3,60	36,00
Marketing 0,05%		1,50	15,00
Utilidad 30%		9,00	90,00
Precio de venta al público		44,10	441,00

El precio por persona será de 44,10 mientras que para los niños y personas consideradas adultos mayores existirá un descuento del 15%.

Tabla 32
Paquete turístico ASOS.PRO “Cascadas”

PAQUETE TURÍSTICO ASOS.PRO “CASCADAS”					
Duración:	1 día (Full Day)	Carácter:	Natural	Dificultad:	Medio
Idioma de guianza:	Español			Estilo:	Circuito
Centro de operaciones:	Parroquia Quisapincha				
Hora	Actividades				
08:00	08:15	Concentración frente a la pileta en la plaza central la parroquia Quisapincha			
08:15	08:30	Recorrido por la Iglesia San Antonio de Quisapincha (recorrido aproximado de 15 min)			
08:30	08:40	Salida hacia la Asociación de Amparo Social la Merced de Condezan (recorrido en bus 10 min hasta el atractivo)			
08:40	09:10	Explicación y recorrido en la Asociación de Amparo Social la Merced de Condezan en la producción de cuyes (recorrido aproximado de 30 min)			
09:10	09:15	Salida hacia la Asociación de Productores Agrícolas Ñuca Llacta (recorrido bus aproximado de 5 min)			
09:15	09:45	Vista y recorrido en la Asociación de Productores Agrícolas Ñuca Llacta producción de uvillas (recorrido aproximado 30 min)			
09:45	10:00	Salida al mirador natural Puertas de Viento (recorrido aproximado 15 min)			
10:00	10:45	Vista y recorrido en el mirador natural Puertas de Viento (recorrido aproximado 45 min)			
10:45	13:00	Salida y recorrido en caballo hasta la Gruta de Santa Suela y observación de la Cascada el Duende (recorrido aproximando 55 min_ entrega de box lunch)			
13:00	13:15	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 15 min)			
13:15	14:15	Almuerzo en el restaurante Mimi(permanencia 60 min)			
14:15	14:25	Traslado el Comité Pro-mejoras el Mirador (caminata aproximada 10 min)			
14:25	15:00	Vista y recorrido en el Comité Pro-mejoras el Mirador (recorrido aproximado 35 min)			
15:00	15:10	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 10 min)			
15:10	17:00	Tour de compras por los almacenes de artículos en cuero (recorrido aproximado de 110 min)			
17:00	17:15	Fin de Tour			
COSTO DE PAQUETE:			35,28		
Incluye:			Requisitos para la visita:		

CONTINÚA 

Almuerzo típico	Ropa abrigada
Guía loca	Documentos personales
Gorra y maleta con marca	Protector solar
	Cámara fotográfica
	Poncho de aguas (de ser necesario)Gorra y Bebidas
No incluye: bebidas alcohólicas nada que no esté especificado en este paquete.	



Figura 35. Circuito ASOS.PRO “Cascadas”

Tabla 33

Costo Paquete turístico ASOS.PRO “Cascadas”

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Precio grupal 10 pax
1	Trasporte terrestre	4	40
1	Guía turístico	3	30
1	Recorrido a caballo	10	100
1	Almuerzo	3	30
3	Ingreso a las asociaciones \$2	6	40
Precio antes de utilidad		24,00	240,00
IVA 12%		2,88	28,80
Marketing 0,05%		1,20	12,00
Utilidad 30%		7,20	72,00
Precio de venta al público		35,28	352,80

El precio por persona será de 35,28 mientras que para los niños y personas consideradas adultos mayores existirán un descuento del 15%.

Tabla 34
Paquete turístico ASOS.PRO “Encantadas”

PAQUETE TURÍSTICO ASOS.PRO “ENCANTADAS”						
Duración:		1 día (Full Day)	Carácter:	Natur	Dificultad:	Medio
Idioma de guianza:		Español		Estilo:	Circuito	
Centro de operaciones:		Parroquia Quisapincha				
Hora		Actividades				
08:00	08:15	Concentración frente a la pileta en la plaza central la parroquia Quisapincha				
08:15	08:30	Recorrido por la Iglesia San Antonio de Quisapincha(recorrido aproximado de 15 min)				
08:30	09:45	Salida hacia las Antenas de Pilshurco (recorrido 45 min hasta el atractivo)				
09:45	10:45	Recorrido por las Antenas de Pilshurco y observación de los volcanes: Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi además de ciudades aledañas (recorrido aproximado de 60 min y entrega box lunch)				
10:45	12:00	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 75 min)				
12:00	13:00	Almuerzo en el restaurante Tía Tencha (permanencia 60 min)				
13:00	13:20	Salida la Asociación la Salle (recorrido aproximado 20 min)				
13:20	13:45	Vista y recorrido a la Asociación la Salle plantas aromáticas (recorrido aproximado 25 min)				
13:45	14:00	Salida hacia el fuerte de Pucará (recorrido en bus 15 min hasta el atractivo)				
14:00	14:25	Explicación y recorrido por el Fuerte de Pucará (recorrido aproximado de 25 min)				
14:25	14:45	Salida hacia la asociación los Clavelitos (recorrido aproximado de 20 min)				
14:45	15:10	Vista y recorrido en la Asociación Los Clavelitos plántulas en el invernadero (recorrido aproximado 25 min)				
15:10	15:15	5 min caminata hacia la Asociación de Mujeres Kichwas Nueva Generación				

CONTINÚA



15:15	15:40	Vista y recorrido en la Asociación de Mujeres Kichwas Nueva Generación (recorrido aproximado 25 min)
15:40	16:10	Retorno a la Hacienda San Antonio de Quisapincha (recorrido aproximado 30 min)
16:10	16:30	Llegada y entrega de habitaciones en la Hacienda San Antonio de Quisapincha (lapso 20 min)
16:30	16:45	Salida hacia el Parque Provincial de la Familia (recorrido aproximado 15 min)
16:45	18:00	Vista y recorrido en el Parque Provincial de la Familia (recorrido aproximado 75 min)
18:00	18:15	Retorno a la Hacienda San Antonio de Quisapincha (recorrido aproximado 15 min)
18:15	19:15	Cena Típica (Hacienda San Antonio)
DIA 2		
07:30	08:30	Desayuno (Hacienda San Antonio)
08:30	08:40	Salida hacia la Asociación de Amparo Social la Merced de Condezán (recorrido en bus 10 min hasta el atractivo)
08:40	09:10	Explicación y recorrido en la Asociación de Amparo Social la Merced de Condezán en la producción de cuyes (recorrido aproximado de 30 min)
09:10	09:15	Salida hacia la Asociación de Productores Agrícolas Ñuca Llacta (recorrido bus aproximado de 5 min)
09:15	09:45	Vista y recorrido en la Asociación de Productores Agrícolas Ñuca Llacta producción de uvillas (recorrido aproximado 30 min)
09:45	10:00	Salida al mirador natural Puertas de Viento (recorrido aproximado 15 min)
10:00	10:45	Vista y recorrido en el mirador natural Puertas de Viento (recorrido aproximado 45 min)
10:45	13:00	Salida y recorrido en caballo hasta la Gruta de Santa Suela y observación de la Cascada el Duende (recorrido aproximando 55 min_ entrega de box lunch)
13:00	13:15	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 15 min)
13:15	14:15	Almuerzo en el restaurante Mimí(permanencia 60 min)
14:15	14:25	Traslado el Comité Pro-mejoras el Mirador (caminata aproximada 10 min)
14:25	15:00	Vista y recorrido en el Comité Pro-mejoras el Mirador (recorrido aproximado 35 min)
15:00	15:10	Traslado a la curtiembre Quisapincha (recorrido aproximado 10 min)

CONTINÚA 

15:10	16:00	Visita y recorrido por la curtiembre Quisapincha proceso de elaboración de artículos en cuero (recorrido aproximado 50 min)
16:00	16:10	Retorno al centro parroquial (recorrido aproximado 10 min)
16:10	17:30	Tour de compras por los almacenes de artículos en cuero (recorrido aproximado de 80 min)
17:30	15:45	Fin de Tour
COSTO DE PAQUETE:		73,50
Incluye:		Requisitos para la visita:
Almuerzo típico Guía loca Gorra y maleta con marca Box lunch		Ropa abrigada Documentos personales Protector solar Cámara fotográfica Poncho de aguas (de ser necesario)Gorra y Bebidas
No incluye: bebidas alcohólicas nada que no esté especificado en este paquete.		



Figura 36. Circuito Día 1 ASOS.PRO “Encantadas”

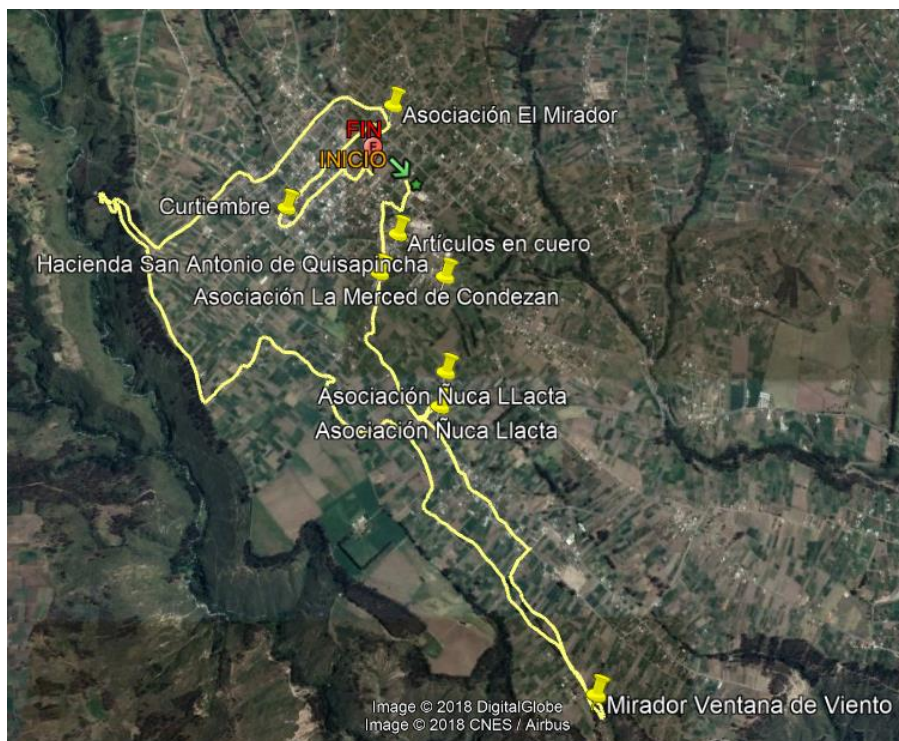


Figura 37. Circuito Día 2 ASOS.PRO “Encantadas”

Tabla 35

Costo Paquete turístico ASOS.PRO “Encantadas”

Días	Detalle	Precio unitario	Precio grupal 10 pax
2	Trasporte terrestre	8	80
2	Guía turístico	6	60
1	Recorrido a caballo	10	100
2	Almuerzo	6	60
2	Box lunch	4	40
1	Gorra y maleta con marca	4	40
2	Ingreso a las asociaciones \$2	12	120
Precio antes de utilidad		50,00	500,00
IVA 12%		6,00	60,00
Marketing 0,05%		2,50	25,00
Utilidad 30%		15	150
Precio de venta al público		73,50	735,00

El precio por persona será de 73,50 mientras que para los niños y personas consideradas adultos mayores existirán un descuento del 15%.

5.10. Estrategias de difusión

La estrategia de difusión se ha programado en base a las herramientas que no tengan costos elevados, descartando medios como televisión, radio, revistas y periódicos por cuestiones económicas, además, cada una de las actividades se realizarán con autorización de la junta directiva:

Estrategia 1

1. Elaboración de un spot publicitario para difundirlo en redes, conferencias, ferias de promoción turística, casa abiertas turísticas que permitan expandir a nivel local, provincial y nacional.

Actividades

- Elaboración de una guía de entrevista con contenidos claros y precisos.
- Contratación de un fotógrafo profesional.
- Buscar sitios adecuados para la grabación.
- Revisión y aprobación del spot.
- Grabación de 20 ejemplares CDs

Reproducción de ejemplares y entrega en conferencias, ferias de promoción turística, casa abiertas turísticas que permitan expandir a nivel local, provincial y nacional de asistencia turística masiva.

Estrategia 2

2. Diseñar una página web vinculada con todas las redes sociales con el fin de captar la atención de turistas porque actualmente el principal mercado es el internet.

Actividades

- Contratación de un diseñador gráfico.
- Elaboración de un borrador general de la página web.
- Revisión y aprobación del contenido.
- Selección de noticias relevantes de difusión para subirlo 2 veces por semana

Estrategia

3. Elaborar material publicitario (trípticos, folletos, posters, gigantografías) para promocionar los recursos naturales potenciales del sector.

Actividades

- Buscar proformas de distintos proveedores.
- Seleccionar un proveedor.

- Entregar el proveedor especificaciones, lineamientos, dimensiones, tipo de texto y el material en el que se imprimirá.
- Elaboración de 2000 trípticos, 2000 folletos, 500 posters y 2 gigantografías.
- Distribución en agencias y operadoras de tours alineadas al proyecto.

Asistencia a conferencias, ferias de turismo organizadas por organismos gubernamentales o privados.

Estrategia 3

4. Capacitar a la población en general en cada comunidad para posicionar la marca.

Actividades

- Establecer fecha, día, hora para la respectiva socialización.
- Desarrollar materiales para la respectiva socialización.

5.11. Estrategias de comercialización

La estrategia de comercialización permite acentuar los posibles clientes reales que realizaran la adquisición de los paquetes turísticos diseñados, para lo cual se describen estrategias con la finalidad de llegar al consumidor final.

Estrategia 1

1. Realizar alianzas estratégicas con operadoras y agencias de viajes alineados a las actividades de la localidad.

Actividades

- Elaboración de un listado de operadoras de tours y agencia de viaje de la provincia Tungurahua.
- Selección de las más alineadas las actividades agroturisticas.
- Establecer acercamientos para promocionar el producto.
- Buscar siempre el beneficio social, económico, ambiental de las asociaciones.

Estrategia 2

2. Realizar ventas directas mediante la página web oficial para dinamizar la economía de la población.

Actividades

- Crear una cuenta bancaria con el nombre de la asociación.
- Diseñar un sistema de reservas para los clientes.
- Verificar información sobre pagos directos realizados desde la página web.
- Organizar actividades para clientes de compra directa.

Tabla 36
Plan operativo de Asos.Pro Quisapincha

Plan operativo de Asos.Pro Quisapincha							
Elemento	Estrategia		Cronograma		Recursos	Responsable	Presupuesto
			Inicio	Fin			
1 Difusión	1.1	Elaboración de un spot publicitario para difundirlo en redes, conferencias, ferias de promoción turística, casa abiertas turísticas que permitan expandir a nivel local, provincial y nacional.	01/10/2018	01/12/2018	Humanos Materiales Económicos	Camarógrafo profesional Junta directiva de Asos.Pro Quisapincha	500
	1.2	Diseñar una página web vinculada con todas las redes sociales con el fin de captar la atención de turistas porque actualmente el principal mercado es el internet.	02/12/2018	15/12/2018	Humanos Materiales Económicos	Diseñador gráfico Junta directiva de Asos.Pro Quisapincha	250
	1.3	Elaborar material publicitario (trípticos, folletos, posters, gigantografías) para promocionar los recursos naturales potenciales del sector.	15/12/2018	15/01/2019	Humanos Materiales Económicos	Diseñador gráfico Junta directiva de Asos.Pro Quisapincha	1000
	1.4	Capacitar a la población en general en cada comunidad para posicionar la marca.	18/01/2019	31/01/2019	Humanos Materiales Económicos	Junta directiva de Asos.Pro Quisapincha	200
2 Comercialización	2.1	Realizar alianzas estratégicas con operadoras y agencias de viajes alineados a las actividades de la localidad.	01/02/2019	15/03/2019	Humanos Materiales Económicos	Junta directiva de Asos.Pro Quisapincha	600
	2.2	Realizar ventas directas mediante la página web oficial para dinamizar la economía de la población.	19/03/2019	indefinido	Humanos Materiales	Junta directiva de Asos.Pro Quisapincha.	400
Costo total:							2950

CONCLUSIONES

- En la elaboración de la problemática fue indispensable la realización de una investigación de campo previa directamente con los habitantes, en donde se evidencio carencias que han servido como objeto de estudio para esta investigación, esto a su vez impedían que las asociaciones desarrollen actividades turísticas enmarcadas en el agroturismo que mediante la propuesta implementada en este documento se pretende dar solución. Además, esta investigación se ha basado en fuentes bibliográficas reales y verídicos la cual ha permitido la construcción de las bases teóricas que sustenta la información.
- La investigación tuvo un análisis macro ambiental en la cual se pudo comprobar que existe aún un desconocimiento en la realización del turismo con actividades agrarias a nivel nacional, por otro lado, a nivel micro ambiental se verificó a nivel local existen estrategias que impulsan los GADs provinciales, sin embargo, no se extienden hacia las parroquias rurales como lo es caso de la Parroquia Quisapincha, ya sea por desinterés de autoridades locales o de colectivo que vive en este sector.
- Asimismo, se ha determinado que entre las asociaciones aún existe una rivalidad en cuanto a la producción, lo cual dificulta el trabajo en equipo, preferentemente piensan que es mejor trabajar de manera autónoma para evitar inconvenientes.

- Es importante destacar que existe una extensa variedad de producción, pese a que las asociaciones se encuentran en su mayoría a 30 min de los poblados, los turistas desconocen su producción.
- Por otro lado, en la metodología se diseñó una encuesta acorde a las necesidades del sector, las cuales fueron aplicadas a la población para poder obtener de información veraz y actualizada, que permita mitigar las necesidades palpables de los turistas que visitan la parroquia Quisapincha generalmente por comercio.
- En el análisis de datos realizados permitió conocer que la población visitante desea la existencia de actividades agrícolas enmarcadas con el turismo, ya que actualmente solo realizan compras de artículos en cuero y no tiene variedad de opciones que les permitan quedarse y convivir más tiempo. Asimismo, se identificó que las asociaciones inmiscuidas en este proyecto no tienen conocimientos en cuanto al turismo lo cual dificulta el impulso de actividades que permitan un desarrollo integral en la población.
- El producto turístico propuesto pretende trabajar desde la asociatividad con cada organización, la cual permitirá el desarrollo económico, social, ambiental y tecnológico contribuyendo a la dinamización turística mediante la promoción de paquetes turísticos ligados a las actividades agroturísticas.

RECOMENDACIONES

- Las autoridades de la localidad deberían ejecutar iniciativas agroturísticas que contribuyan al desarrollo económico, social, ambiental y cultural debido a que la parroquia Quisapincha es privilegiado al poseer zonas en las cuales se cultivan una extensa variedad productos agrícolas que actualmente son base para la economía familiar.
- Las autoridades nacionales y provinciales deberían promover estrategias agroturísticas que alcancen a sitios más vulnerables, sabiendo que existen población a nivel nacional dedicada a la agricultura tradicional y en la alguno de los casos tecnificada lo cual nos permite destacar la urgencia a la realización de actividades que aporten a la disminución de migración y el abandono de tierras que aún son productivas.
- Las asociaciones deben permitirse conocer actividades ejecutadas por varias entidades en temas agrícolas y turísticos, tal es el caso de la UFA-ESPE que mediante los proyectos de vinculación con la comunidad pretende que la población se encamine a iniciativas que contribuyan al desarrollo social, económico, ambiental, etc
- Es recomendable que las asociaciones dejen de mirarse como rivales y empiecen a trabajar en asociatividad porque obtiene más beneficios por parte de las municipalidades y otros organismos nacionales.

- Con la implementación de un producto turístico enmarcado en las actividades agrarias se puede dinamizar la economía del sector, siendo un ganar tanto por parte del oferente al brindar información acerca de las actividades diarias realizadas y al comercializar desde la comodidad de su hogar, en cuanto a la demanda pueden disfrutar y convivir con la población conociendo sus costumbres y tradiciones, además de adquirir productos orgánicos que son beneficiosos para la salud, es por ello que las iniciativas deben ser promovidas en la parroquia Quisapincha.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, Origen, y Evolución del Turismo* (1ra ed.). México, D.F.: Trillas.
- Antón, S., Gonzáles, F., & Donaire, J. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de la investigación* (6ta ed.). Carácas: Espisteme.
- Artacho, F. (2013). *Planificación Turística Integral de Andalucía*. España: Consejería de Turismo y Comercio.
- Avilés, E. (19 de julio de 2017). *LinkedIn.com*. Recuperado el 01 de Junio de 2018, de LinkedIn.com: www.linkedin.com/pulse/un-pequeño-crónica-sobre-la-planificación-estratégica-efrén-avilés-m-
- Balbuena, E. (2011). *Manual de extensionista en Acuicultura*. Recuperado el 25 de Abril de 2018, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31918738/Manual_Extencionista_Acuicola_2011.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1521410593&Signature=oN4Qdb5t7F11zacOA8SslOtSO7l%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DManual_Exte
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2da ed.). México, D.F.: Pearson Educación.
- Betancourt, J. (2009). Ecoturismo y Sostenibilidad. *Revista Teckne*, 33-35.
- Blacio, E. (2009). *Métodos de pesca-Taller*. Recuperado el 13 de Mayo de 2018, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6348/1/TNP%20Cap3%20M%C3%A9todos%20de%20Pesca.pdf>

- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico en un territorio*. Costa Rica.
- Blanco, M., & Riveros, H. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Argentina: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Obtenido de El agroturismo como diversificación de la: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México, D.F.: Trillas.
- Brohman, J. (1996). New directions in tourism for Third world development. . *Annals of Tourism Research*.
- Cabarcos, N. (2010). *Promoción y ventas de servicios turísticos*. España: Vigo.
- Empresa Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Marketing Turístico* (1ra ed.). España: Vértice.
- Flores, C. (Enero de 2012). *Elementos Fundamentales en la Actividad Turística*. Recuperado el 07 de Junio de 2018, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf
- Fonseca, C. (2008). Agroecoturismo. *Aportes* N° 135, 44.
- Fuentes, A. (2009). Turismo Rural en España: Terminologías y Problemas. *Entreculturas* N°24, 486.
- Fundación Suiza de Cooperación Técnica. (2015). *Desarrollo Turístico para un crecimiento económico sostenible*. South África.

García, J. (1996). *El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*. Estudios Turísticos.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Quisapincha. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Quisapincha*. Recuperado el 15 de Abril de 2018, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1865015190001_QUISAPINCHA%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%202015_30-10-2015_09-16-36.pdf

Gonzales, P. (27 de Septiembre de 2009). *Geo-turismo.blogspot.com*. Recuperado el 13 de Agosto de 2018, de <http://www.geo-turismo.blogspot.com/2009/09/el-sistema-turistico.html>

Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo* (1ra ed.). México, D.F.: Patria.

Honorable Consejo Provincial de Tungurahua. (25 de Abril de 2017). *Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua*. Recuperado el 03 de Junio de 2018, de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/principales/984-la-granja-agroecologica-y-demostrativa-de-pillaro-es-un-centro-de-fomento-productivo-integral>

Instituto Nacional Tecnológico de Nicaragua. (s.f). *Manual de nutrición animal*. Recuperado el 15 de Junio de 2018, de https://www.jica.go.jp/project/nicaragua/007/materials/ku57pq0000224spz-att/Manual_de_Nutricion_Animal.pdf

Ivars, J. (2000). *Turismo y Espacios Rurales: Conceptos, Filosofías y Realidades*. Recuperado el 04 de Abril de 2018, de [Cervantesvirtual.com: http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmczw1v4](http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmczw1v4)

Jijón, P. (30 de 06 de 2017). *Agroturismo*. Recuperado el 27 de Julio de 2018, de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/441998-agroturismo/>

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2011). *Procesos de elaboración de productos lácteos*. Recuperado el 18 de Mayo de 2018, de https://coin.fao.org/coin-static/cms/media/11/13305375675880/manual_lacteos_3_atinar_ii.pdf

Luque, A. (2007). *El uso recreativos de los senderos*. España: Wanceulen Editorial Deportiva, S.L.

Machado, E., & Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*, 161-174. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ProcedimientoParaElDisenoDeUnProductoTuristicoInte-2929463.pdf>

Marquéz, C. (16 de Noviembre de 2016). *El comercio*. Recuperado el 04 de Julio de 2018, de El agroturismo es la nueva apuesta de la comunidad Shilpalá.: <http://www.elcomercio.com/tendencias/agroturismo-emprendimiento-shilpala-comunidad-riobamba.html>

MINTUR. (2009). *Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos*. Guayaquil: Consultora Ambiental Sambito S.A.

Molina, P. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. (1ra ed.). San Millán: Tutor Formación.

Molina, S. (1986). *Planificación del Turismo*. . México, D.F.: Nuevo Tiempo Libre.

Montaner, J., Antich, J., & Arcarons, R. (s.f). *Diccionario de Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.

Organización Mundial de Turismo. (2009). *Turismo Rural*. Quito.

Paguay, J. (14 de Octubre de 2011). *Turismo ConCiencia*. Recuperado el 13 de Junio de 2018, de <https://jorgepaguay.wordpress.com/2011/10/14/agroturismo-en-ecuador/>

Pearce, D. (1991). *Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. México, D.F.: Trillas.

PLANDETUR 2020. (26 de Septiembre de 2007). *Diseño de Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible Para Ecuador*. Recuperado el 23 de Junio de 2018, de Informe Final: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Planificación del Producto Turístico. (s.f). Recuperado el 20 de Agosto de 2018, de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*. San José: Universidad Estatal a Distancia.

Román, F., & Ciccolella, M. (2009). *Turismo Rural en la Argentina*. . Argentina: Instituto Interamericano de Cooperación para la Argentina (IICA).

Rosales, J. (2015). Runa Tupari creció con el turismo rural. *Revista Líderes*. Recuperado el 15 de Agosto de 2018, de Revista Lideres: <http://www.revistalideres.ec/lideres/runa-tupari-turismo-rural-ecuador.html>

Secretaría Nacional de Turismo. (2004). *Turismo Alternativo:Una nueva forma de hacer turismo*. México, D.F.: Primerts S.A.

Sectur. (2004). *Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo* (2da. ed.). México, D.F.: Primerts S.A.

Socatelli, M. (2009). Recuperado el 21 de Agosto de 2018, de La Planificación turística del Producto Turístico:
<http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>

Universidad Interamericana para el Desarrollo. (s.f). *Turismo Rural*. Recuperado el 22 de Julio de 2018, de
http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TR/S06/TR06_Lectura.pdf

Valdivieso, P. (2013). *Agroindustrias para el desarrollo*. Recuperado el 01 de Junio de 2018, de <http://www.fao.org/3/a-i3125s.pdf>

ANEXOS



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN:

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el señor o señorita:


TUSA MASABALIN JESSICA ALEXANDRA.

En la ciudad de Latacunga, a los **07 días del mes de diciembre del 2018**


Ing. Mayra F. Quiñonez
DIRECTOR DEL PROYECTO

Aprobado por:


Ing. Carlos G. Albán
DIRECTOR DEL CARRERA


Dr. Freddy W. Jaramillo
SECRETARIO ACADÉMICO