

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



CENTRO DE POSTGRADOS

Maestría en Turismo, Mención Gestión del Turismo

**Proyecto de Innovación presentado para obtener el título de
Magister en Turismo**

EL TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL RECINTO LA ENVIDIA

Autor:

Ing. Enrique Javier Romero Manjarrez

Directora:

Dra. C. Nelly Manjarrez Fuentes, PhD

Co-director:

Dr. C. Yudel García Quintana. PhD

Puyo-Pastaza-Ecuador

2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Ing. Enrique Javier Romero Manjarrez, con cédula de identidad 120559023-3, declaro ante las autoridades educativas de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido del Proyecto de Innovación titulado: **“EL TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL RECINTO LA ENVIDIA PERIODO”**, es absolutamente original, autentico y personal.

En tal virtud y según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional, certifico libremente que los criterios y opiniones que consta en el Proyecto de Innovación son exclusiva responsabilidad del autor, y que los resultados expuestos pertenecen a la Universidad Estatal Amazónica.

Puyo, diciembre del 2018

Ing. Enrique Javier Romero Manjarrez

120559023-3

AUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

CENTRO DE POSGRADO

AVAL

Quienes subscriben Ing. Nelly Manjarrez Fuentes, PhD. Ing., Yudel García Quintana PhD. Director y Co-Director del trabajo de titulación modalidad proyecto de innovación titulado: “EL TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL RECINTO LA ENVIDIA”, a cargo del Ing., Enrique Javier Romero Manjarrez, egresado de la primera cohorte de la Maestría EN Turismo mención en Gestión del Turismo de la Universidad Estatal Amazónica.

Certificamos haber acompañado el proceso de elaboración del Proyecto de Innovación y consideramos cumple los lineamientos y orientaciones establecidas en la normativa vigente de la institución por lo que se encuentra listo para ser sustentado.

Por lo antes expuesto se avala el Proyecto de Innovación para que sea presentado ante la Dirección de Posgrado como forma de titulación como o Magister en Turismo Mención Gestión del Turismo y que dicha instancia considere el mismo a fin de que se tramite lo que corresponda.

Para que así conste, firmamos la presente el 6 de diciembre del 2018.

Dra. C. Nelly Manjarrez Fuentes PhD.
DIRECTORA DEL PROYECTO

Dr. C. Yudel García Quintana PhD,
Co-DIRECTOR DEL PROYECTO

CERTIFICADO URKUND

CERTIFICADO DE APROBACION

EL TRIBUNAL DE SUSTENTACION DEL PROYECTO DE INNOVACION
CERTIFICA QUE:

El presente trabajo: EL TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL RECINTO LA ENVIDIA, bajo la responsabilidad
del egresado señor Enrique Javier Romero Manjarrez, ha sido meticulosamente, autorizando
su presentación.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

M.Sc. Eduardo Ruiz Mármol
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. C. Alexandra Torres Navarrete PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

M.Sc. Clímaco Geovanny Espín Ortiz
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

Dicen que la mejor herencia que nos pueden dejar los padres son los estudios, sin embargo, no creo que sea el único legado del cual yo particularmente me siento muy agradecido, mi mamá me ha permitido trazar mi camino y caminar con mis propios pies. Ella es mi pilar de la vida, les dedico este trabajo. Gracias madre.

A las autoridades de la Universidad Estatal Amazónica que me permitieron continuar con mi preparación académica. Al Sr. Rector Dr. C. Julio Cesar Vargas Burgos PhD., a todos mis maestros y en especial a los Coordinadores del programa de maestría, M. Sc. Germania Gamboa y M. Sc. Eduardo Ruiz, al Director de posgrado Dr. Yudel García Quintana, quienes han orientado en todo momento, comprometidos con la gestión, sus enseñanzas y valiosos conocimientos aportaron al desarrollo de este trabajo de investigación.

Agradezco a mi Directora Dra. C. Nelly Manjarrez y Co-Director Dr. C. Yudel García Quintana del proyecto innovador, quienes con su experiencia, conocimiento, sabiduría y motivación me orientaron para el desarrollo de la investigación.

Agradezco al Vice Alcalde del cantón Pangua Ing. Edison Gaybor Mora y a la Doctora Nuvia Timbiano Directora del departamento de Cultura y Deporte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pangua, y al Sr. Aníbal Arboleda presidente de la comunidad por la apertura al realizar la investigación y acoger la propuesta del proyecto.

Agradezco a los todos docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Estatal Amazónica.

DEDICATORIA

A Dios.

Por darme la oportunidad en su infinita misericordia de haber nacido de nuevo, vivir para él y por estar conmigo en cada paso que doy, haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, por poner a personas que han sido mi soporte y compañía durante todo este periodo de estudio

A mi madre Nelly Manjarrez

Por darme la vida, por creer en mí y haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y cuidado con mis hijos y nietos, Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se lo debo a Dios y ti.

A mis hermanas Verónica y Silvia

Por los ejemplos de perseverancia quererme y apoyarme siempre por estar conmigo las quiero mucho esto también es por ustedes

A mi cuñado

Por apoyarme siempre, sabe que lo quiero como mi hermano mayor.

A mis queridos sobrinos.

Andrea, Mateo, Thiago y Nelly, para que vean mi ejemplo a seguir los amo

A mis maestros

A todos mis catedráticos que me impartieron cada módulo, por su gran apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de este proyecto.

A mis amigos

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que, hasta ahora, seguimos siendo amigos: Javier Barrera, Iván Carrasco, Luis Defaz, Rina Erazo, Rodrigo León, por compartir los momentos de angustia y alegría como grupo de estudio.

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el turismo ha generado expectativas para el país, como eje fundamental para la economía, el Gobierno ha dado prioridad como política pública al desarrollo del turismo, las áreas rurales representa una alternativa de desarrollo. En los últimos años, ha aumentado el interés por conocer el medio rural y sus tradiciones, lo cual representa una oportunidad para el impulso del turismo; el propósito del proyecto es diseñar estrategias de turismo rural como alternativa de desarrollo turístico sostenible. El proceso de la investigación se realizó en cuatro fases fundamentales: el análisis teórico, el diagnóstico, la propuesta de estrategias y validación. Se utilizaron fuentes primarias y secundarias de información; la toma de datos, se realizó a través de un muestreo Polietápico y el casual, de acuerdo al número de las familias. Los instrumentos utilizados fueron entrevistas y cuestionarios, así como, técnicas de trabajo grupal, consulta a expertos mediante el método Anochi para la validación de la propuesta la técnica IADO. En cada etapa la información fue procesada estadísticamente usando el paquete estadístico *SPSS 22.0 para Windows versión 22.0*. Dentro de los principales resultados se obtuvo que las familias tienen un nivel de educación secundaria, así como la predisposición de aceptación y disposición de potenciar el turismo en las modalidades de agroturismo y turismo de aventura, también de organizarse para emprender y mejorar la infraestructura, confirmándose que las estrategias diseñada es clara, sencilla y aplicable en las condiciones de las familias, y propietarios de las fincas beneficiadas. De acuerdo con criterios de expertos, las estrategias tienen un elevado coeficiente en la concordancia de los juicios emitidos y elevada confiabilidad de su validación.

Palabras claves: Turismo rural, agroturismo, turismo de aventura, sostenible, estrategias

ABSTRACT EJECTIVE

Nowadays tourism has generated expectations for the country, as a fundamental axis for the economy, the Government has given priority as a public policy to the development of tourism, rural areas represents an alternative of development. In recent years, it has increased the interest to know the rural environment and its traditions, which represents an opportunity for the impulse of the tourism, the purpose of the project is to design strategies of rural tourism as alternative of tourist development Sustainable. The research process was carried out in four fundamental phases: The theoretical analysis, the diagnosis, the strategy proposal and and validation. Primary and secondary information sources were used; The data taking, through a multistage and casual sampling, according to the number of families within the population universe, the instruments used were interviews and questionnaires, as well as group work techniques, and consultation with Experts using the Anochi method for validation of the proposal and technique side. At each stage the information was processed statistically using the statistical package SPSS 22.0 for Windows version 22.0. Among the main results were obtained that the families have a level of secondary education, as well as the predisposition of acceptance and disposition to promote the tourism in the modalities of agrotourism and tourism of adventure, also to organize themselves to Undertake and improve the infrastructure, confirming that the strategies designed is clear, simple and applicable in the conditions of the families, and owners of the farms benefited, according to expert criteria, the strategies have a high Coefficient in the concordance of the judgments emitted and high reliability of its validation.

Keys words: Rural Tourism, sustainable, sustainable, action plan, strategies

TABLA DE CONTENIDOS

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA.....	i
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
AVAL	iii
CERTIFICADO URKUND.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACION	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT EJECUTIVE	ix
INTRODUCCIÓN.....	2
2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	7
2.1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO	8
2.1.1. Evolución del pensamiento vinculado al turismo.....	8
2.1.2. concepto de turismo rural	9
2.2. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO RURAL	12
2.3. BENEFICIOS DEL TURISMO RURAL.....	19
2.4. DESARROLLO SOSTENIBLE.....	21
2.5. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE	22
2.6. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL.....	26
2.7. POTENCIALIDADES DEL TURISMO ALTERNATIVO EN ECUADOR.....	28
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
3.1. LOCALIZACIÓN	33
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	34

3.4. TÉCNICAS.....	35
3.5. TRATAMIENTO DE DATOS.....	35
3.6. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES	38
4. RESULTADO Y DISCUSIÓN	39
4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO RURAL SOSTENIBLE	39
4.1.1. Discusión de los resultados de la encuesta dirigida a las familias del Recinto La Envidia sobre los aspectos sociales y económicos.....	39
4.2. EVALUACION SOBRE EL CONOCIMIENTO DEL TURISMO RURAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE POR PARTE DE LA POBLACIÓN DEL RECINTO LA ENVIDIA	41
4.2.1 Discusión de los resultados en este nivel el objetivo esencial fue valorar cómo se percibe el turismo rural y desarrollo sostenible en el recinto.....	41
4.3. PERCEPCIÓN ENTRE TURISMO RURAL Y DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE POR PARTE DE LA POBLACIÓN DEL RECINTO LA ENVIDIA	48
4.3.1. Discusión de los resultados en este nivel el objetivo esencial fue plantear acciones de rural y como alternativa de desarrollo.....	48
4.3.2. Discusión de los resultados en este nivel el objetivo esencial fue conocer la opinión de los turistas para plantear acciones turismo rural como alternativa de desarrollo..	50
4.3.3 Discusión de los resultados de la entrevista realizada a los directivos del cantón Pangua, cuyo objetivo fue plantear acciones para potenciar el turismo rural.....	53
4.4. CUADRO DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICO.....	55
4.5. ACCIONES PARA POTENCIAR EL TURISMO RURAL.....	59
5.1. CONCLUSIONES.....	74
5.2. RECOMENDACIONES	75
Bibliografía.....	76
ANEXOS	82

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Relación del conocimiento con el ingreso por familia	43
Tabla 2 Disposición de participar desde el nivel de instrucción	44
Tabla 3 Disposición de participar en proyectos entre situación laboral	45
Tabla 4 Fuente de Ingreso entre dispuestos a generar nuevos productos	47
Tabla 5 Dispuesto a generar nuevos productos entre impacto negativo.....	49
Tabla 6 Motivo de realizar la actividad turística	51
Tabla 7 Interés de actividades de turismo rural y servicios.....	52
Tabla 8 Atractivos turísticos del recinto La Envidia Parroquia Moraspungo	55
Tabla 9 Análisis Interno y Externo Fortaleza-Debilidades, Análisis Externo Oportunidades y Amenazas.....	56
Tabla 10 Mapa de necesidades y alternativas de solución	58
Tabla 11 Resultados obtenidos a través de la técnica de IADOV	71
Tabla 12 Resumen de la satisfacción individual de los usuarios de las estrategias y acciones propuestas	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Hilo conductor del marco teórico del Proyecto Innovador	7
Figura 2 Actividades agroturísticas	16
Figura 3 Ubicación geográfica del área de estudio.....	33
Figura 4 Situación Laboral	41
Figura 5 Ingresos por familias.....	41
Figura 6 Valor medio de la validación de la propuesta	70

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Actuamente el turismo es una de las actividades más importante de la economía mundial, El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual para fines personales, comerciales o profesionales. Estas personas son llamadas visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales implican gastos de turismo” (Cherifi *et al.*, 2014)

Según la OMT (1998) el turismo rural esta relacionadas con las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”. Este proceso impulsa el desarrollo territorial, que hace imprescindible diseñar instrumentos y políticas públicas de gestión dirigidas a estimular el aprovechamiento de los recursos locales endógenos, para impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales (Schlemer & Sampaio 2017)

El turismo rural se considera una de las formas sostenibles del turismo, ya que el atraer a un número reducido de turista no requiere grandes inversiones, en materia e infraestructura y por ende no provoca el gran impacto en el destino, misma que se centra en la cultura local que debe ser preservada, así mismo, así mismo posee fuertes vínculos con las cuestiones éticas y con la preservación de los recursos naturales, es decir, que aprovechar de manera equilibrada o sostenible los elementos de la naturaleza se traduce en una de las implicaciones más trascendentes en tales sitios, debido a que esos elementos son susceptibles de convertirse en rentables y de generar valor por medio de su utilización como espacio turístico, recreativo y de ocio (Niño-Gutiérrez *et al.*, 2015).

En Ecuador, en la última década es común el uso del término sostenible, asociado al uso responsable y consciente de los recursos (naturales, patrimoniales, socio-culturales) que posee determinado lugar, el uso responsable y consciente debe generar beneficios económicos, ambientales y socio-culturales a las ciudades, comunidades o sitios que aplican un modelo de desarrollo sostenible (Alcivar & Bravo 2017).

El turismo sostenible se considera como una forma de turismo alternativo opuesta al turismo de masas. Es decir, un turismo que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, con una mayor preocupación por la conservación de los recursos naturales y sociales en los que las actividades tienen lugar. El desarrollo turístico sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas, a la vez que preserva y promueve las oportunidades para el futuro. Está enfocado a un modelo de gestión de todos los recursos de manera que se puedan alcanzar las necesidades económicas, sociales y estratégicas, que se respete la integridad cultural, los procesos ecológicos, la diversidad biológica y los sistemas de soporte a la vida (Alcivar & Bravo 2017).

Desde esta perspectiva la Secretaría de Estado trabaja en la búsqueda de inversiones nacionales y extranjeras y en el fortalecimiento de la promoción interna y externa del potencial turístico de Ecuador, como principales ejes de acción para valorizar un destino y convertirlo en un atractivo. Se destacan transformaciones del gobierno en el sistema vial del país, en puertos y aeropuertos, en la recuperación del tren, la rehabilitación de varias estaciones, dotación de facilidades turísticas en áreas naturales, entre otros (Rivadeneira, 2014).

A partir de esta visión se ha abierto el turismo rural como una nueva línea de desarrollo, el cual incluye actividades gastronómicas, costumbres, aventuras, cultura, entre otras, de manera que se establezca la oportunidad de generar rentas y disminuir las desigualdades socioeconómicas de las zonas donde se realizan actividades de emprendimientos turísticos relacionadas con el aporte a la matriz productiva. El turismo rural promueve el desarrollo integral para las comunidades y mitiga la pobreza, las desigualdades, evita la migración de los pobladores, fomenta la distribución justa de los ingresos y contribuye a la conservación del medio ambiente (Oyarvide *et al.*, 2016).

Según Cabanilla (2015), manifiesta que el turismo rural se desarrolla en algunas modalidades como: agroturismo, turismo aventura, etnoturismo, turismo comunitario, entre otros, de forma dinámica con los principios que determina la constitución en los derechos para pueblos y nacionalidades; es decir, socialmente solidario, ambientalmente responsable, económicamente viable y culturalmente enriquecedor por tanto, constituye una alternativa eficiente para generar fuentes de trabajo (Decreto Legislativo Constitución de la República del Ecuador, 2008).

El turismo rural abre la oportunidad de hacer uso sostenido de los recursos locales a partir de la valorización del Patrimonio Cultural y Natural, generando empleo en zonas rurales que contribuyen a mejorar notablemente la calidad de vida de los habitantes del sector rural. La demanda de mano de obra que genera la oferta de servicios en el campo, es generalmente mucho mayor que las actividades agropecuarias tradicionales, y esto se debe fundamentalmente a que el turismo en el país ha tenido un crecimiento notable en los últimos años, lo cual ha llevado a una mayor diversificación de la oferta en servicios turísticos. El Turismo Rural suele ser observado como un producto turístico más, que podría alcanzar entre el 3 y 5% del ingreso turístico total, aportando a la diversificación del producto turístico del país (Barrera, 2002).

En este contexto, el turismo rural es una alternativa de desarrollo que, por su condición de artesanal, no es masificado y genera empleo a los campesinos en su propia comunidad, diversifica la oferta turística de un país, colaborando en la conservación del patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas; el Ecuador ha emprendido un proceso participativo que involucra a los actores directamente relacionados con el turismo, ya sean del sector público o comunitario. De manera estratégica busca que turismo sostenible cumpla con las exigencias de la comunidad y del país (García y Vera, 2003).

La provincia de Cotopaxi situada en la zona centro del país es poseedor de un alto potencial de recursos naturales y culturales, tangibles e intangibles: saberes y conocimientos andinos, medicina ancestral, alimentación, manejo de semillas, música, danza, pintura y artesanía, fiestas andinas, sitios arqueológicos, páramos andinos, y demás sitios sagrados de expresión viva de los pueblos y nacionalidades. Entre las potencialidades turísticas están: Turismo ecológico y de aventura, de observación, etnológico y arqueológico; y de salud y comunitario. La provincia de Cotopaxi cuenta con 428 bienes culturales, distribuidos en los siete cantones y 45 parroquias rurales y urbanas (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cotopaxi 2025).

En la última década, el turismo rural se ha desarrollado en algunas comunidades, pero no se ha potencializado el turismo rural en la provincia por la falta de información y recursos orientados a la implementación de nuevas iniciativas y emprendimientos turísticos, así como la ausencia de políticas para la declaración de sitios patrimoniales como por ejemplo el Cerro

Putzalagua, ubicado en la parroquia Belisario Quevedo y las siete cascadas del Zapanal (Instituto de Patrimonio Cultural–Ecuador – 2014).

Actualmente la Dirección Provincial de Turismo de Cotopaxi se encarga de asistir técnicamente a los Departamentos de Turismo a nivel cantonal, y la Ley de Turismo dispone la participación de los Gobiernos cantonales y provinciales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico; dentro del marco de descentralización se ha desarrollado ocho ejes estratégicos que contribuyan al desarrollo de este sector económico (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cotopaxi 2025).

En este contexto en el recinto La Envidia, perteneciente al cantón Pangua a 13 kilómetros al sureste de la ciudad de La Maná, se encuentra en una ubicación privilegiada puesto que está rodeado de cinco zonas de vida que va desde el bosque semideciduopiemontano hasta el bosque siempre verde montano alto, es decir cinco pisos ecológicos que sin lugar a duda albergan una gran biodiversidad (Flores, 2013); además se encuentran propiedades dedicadas a las actividades agropecuarias (producción cacao, naranja, plátano, plantaciones forestales, caña de azúcar, frutales, viveros, tilapias, cuevas, ríos, balnearios, cascadas, comida típica, etc.), recursos que pueden ser aprovechados en la actividad turística, a través de un plan de acción y desarrollo de estrategias que promueva el turismo rural en las modalidades de agroturismo o turismo alternativo, que promueva el desarrollo económico, social y ambiental.

Actualmente el recinto La Envidia realiza turismo rural en la modalidad agroturismo y turismo de aventura, cuenta con atractivos y producciones agrícolas, posee chorreras, vías de acceso de segundo orden, falta de información, insuficiente infraestructura, escasa promoción, limitada capacidad hotelera, pues la familia de la comunidad desconoce el potencial turístico con el que cuentan y los beneficios económicos que este tendría para sus habitantes.

La innovación de la investigación se centró en diseñar estrategias de turismo rural como una alternativa de desarrollo turístico sostenible para el recinto La Envidia, misma que se realizó el diagnóstico de la situación actual, se analizó la percepción que tienen los habitantes sobre turismo rural sostenible para finalmente proponer acciones innovadoras como alternativa de desarrollo turístico.

PROBLEMA CIENTÍFICO

¿Cómo la ausencia de estrategias de turismo rural en las modalidades de agroturismo y turismo de aventura limita el desarrollo turístico sostenible para el recinto La envidia?

HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

El diseño de estrategias de turismo rural sustentado en el análisis de la situación actual en las modalidades agroturismo y turismo de aventura es factible para el desarrollo turístico del recinto La Envidia.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar estrategias de turismo rural en las modalidades agroturismo y turismo de aventura como alternativa de desarrollo turístico sostenible para el recinto La Envidia.

Objetivos Específicos

1. Diagnosticar el turismo rural en las modalidades agroturismo y turismo de aventura en el recinto La Envidia, del cantón Pangua.
2. Evaluar el conocimiento sobre turismo rural y desarrollo sostenible por parte de la población del recinto La Envidia.
3. Plantear acciones de turismo rural como una alternativa de desarrollo turístico sostenible para el recinto La Envidia.

CAPITULO II

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

La revisión de la literatura y de otras fuentes de información mostrada en este Capítulo resume el proceso de construcción del Marco Teórico-Referencial del proyecto de innovación. Se organizó de forma tal que permita el análisis del "estado del arte y del conocimiento en la temática objeto de estudio. La figura 1, muestra el hilo conductor que posibilita sentar las bases teórico-metodológicas y prácticas de la investigación, con el fin también de contextualizar las principales definiciones, modalidades y tendencias relacionadas con el turismo rural como una alternativa del desarrollo sostenible.

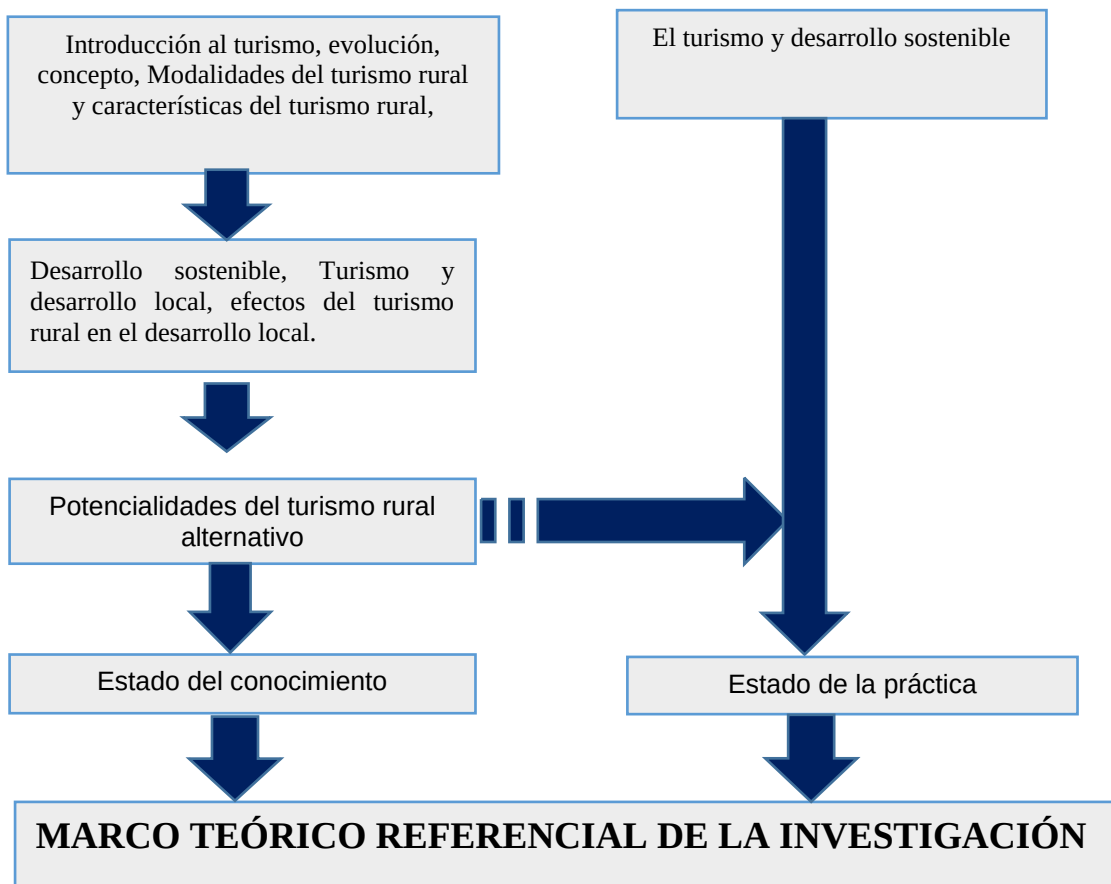


Figura 1 Hilo conductor del marco teórico del Proyecto Innovador

2.1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

2.1.1. Evolución del pensamiento vinculado al turismo

En el siglo XX se produjo una explosión del turismo. Primero en Europa (unos años después de finalizada la Segunda Guerra Mundial) y luego en todo el mundo. Este fenómeno aconteció gracias al crecimiento de las líneas aéreas comerciales, que se produce, por un lado, como consecuencia de los avances tecnológicos en los sistemas de propulsión, la aerodinámica, el tamaño de las máquinas y la comodidad de las cabinas, favorecido por el perfeccionamiento del aire acondicionado, el sistema de presurización, el diseño de los asientos, la incorporación de las pantallas de video, y últimamente por la aparición y rápida difusión del uso del Internet inalámbrico y la telefonía satelital (Boullón, 2012).

Después de la segunda guerra mundial fue considerado como una de las nuevas alternativas con posibilidades de desarrollar el turismo, desafiando las prácticas tradicionales, a pesar de que en Europa y América del norte no era tan novedoso (Lane y Kastenholtz, 2015).

El turismo rural ha sido un importante segmento de la industria del turismo desde la década de 1960 (Sharpley, 2004), ha sido considerado como un mecanismo para solventar la crisis económica (Scheyvens & Momsen, 2008; Truong, Hall, y Garry, 2014). Especialmente para áreas rurales pobres, sin muchas opciones de desarrollo, turismo. Puede ser una solución viable, ya que utiliza los recursos naturales y culturales de la región (Chok, Macbeth, & Warren, 2007; Goodwin, 2008; Oppermann, 1996) las comunidades rurales aún enfrentan muchos desafíos en el desarrollo del turismo sostenible, tales como recursos limitados, nivel insuficiente de mercado atractivo, y la falta de experiencia comercial y de marketing (Huang *et al.*, 2016).

Posteriormente una perspectiva común para agrupar pequeñas atracciones en torno a un tema, como el rastro del patrimonio, sendero de la granja, y otros temas culturales, históricos o ambientales (por ejemplo, Hayes y MacLeod, 2007; Knowd, 2006; Olsen, 2003). Ya sea que tales agrupaciones tomen la forma de rutas, senderos, recintos o recorridos, generalmente implica el mismo tipo de atracción (Gunn, 2002). Muchos de estos "temas" han sido identificados como: turismo de interés, turismo cultural, turismo de patrimonio,

ecoturismo, turismo indígena, turismo de salud, turismo del vino, turismo deportivo, turismo de aventura, entre otros (Huang *et al.*, 2016).

Entre los diferentes tipos de turismo de interés especial para crear un producto más diversificado. Como sugiere Sharpley (2004), la investigación sobre turismo rural debería explorar las necesidades de "la diversidad de visitantes que consumen el campo para una gama igualmente diversa de propósitos". Por ejemplo, un estudio de Frochot (2005) segmentó a los turistas rurales en cuatro grupos: activos, relajantes, observadores y rurales; y encontró que los grupos difieren en su tasa de participación en la actividad, en este contexto el turismo es la clave del éxito que requiere de la innovación y oferta competitiva (Kastenholz *et al.*, 2016).

Posteriormente se sostiene que hoy en día en el mundo existen tres tipos de turismo:

1. El interesado en conocer nuevos lugares.
2. El de *relax*, que puede ser repetitivo en cuanto a la concurrencia a un mismo lugar (playas).
3. El de entretenimiento, ya sea sedentario, inclinado a pasarla bien en distintos lugares, o hiperactivo, con marcada inclinación a la vida nocturna y la fiesta (Boullón, 2012).

2.1.2. concepto de turismo rural

La OMT (2014) define turismo como "un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico".

El término turismo hace referencia a la actividad multisectorial que requiere la participación de distintas áreas productivas como: turismo, agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. De acuerdo con Félix & Doumet. (2016), no tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los

países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento.

El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías, caseríos que han sido reformados y adaptados, que son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios (OMT, 2014).

Por su parte (Schlemer; Alves; Falk, 2008); considera al turismo rural como actividades a realizar durante viajes y estancias en lugares distintos por un periodo de tiempo consecutivos en un periodo de un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, así mismo las innovaciones tecnológicas y cambios en la organización de trabajo en el medio rural, se privilegia la conservación de la cultura rural, con característica más solidaria e inclusiva del que la urbana, y la preservación de la biodiversidad, con manejo forestal y practicas agro-ecológicas En este contexto, surge el turismo rural, como estrategia de comunicación social para que comunidades tradicionales, con desventajas históricas, posibiliten sus respectivos modos de vida (Sampaio *et al.*, 2017).

El turismo rural, considera primordialmente la cultura local como un componente clave del producto ofrecido. Un rasgo distintivo de los productos de este tipo de turismo es el deseo, de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado al turista, donde se les brinde la oportunidad de disfrutar el entorno físico y humano de las zonas rurales, así como la participación en actividades, tradiciones y estilos de vida de la población; es decir, donde la cultura este implícita (Felix & Doumet, 2016).

El turismo rural consiste en una amplia gama de actividades e intereses especiales, aunque las áreas rurales a menudo están asociadas con granjas, naturaleza, cultura y patrimonio, son también recursos valiosos para el turismo rural que incluyen sitios históricos, costumbres rurales y las tradiciones (Huang *et al.*, 2016).

Gracias a la ubicación geográfica, Ecuador posee cuatro regiones con una biodiversidad amplia y diferenciadas que son: Costa, Sierra, Amazonía y la región Insular, en cada de una

de ellas se puede practicar turismo rural donde los turistas pueden ser partícipe de las actividades, observar el paisaje entre otros.

El Ecuador tiene una visión sobre el turismo, específicamente el turismo rural, y se ha fortalecido en los últimos años con los emprendimientos solidarios. La Organización Mundial del Turismo (OMT) establece tres formas fundamentales de turismo (interno, receptor y emisor) que, combinándose, resultan en otras tres formas de turismo (interior, nacional, e internacional (OMT, 2014).

A) Turismo Interior

Se conoce como turismo interior a toda actividad turística que se realice dentro del país. Por tanto, en Ecuador, el turismo interior es la suma de los propios ecuatorianos que viajan por su país más los extranjeros que nos visitan. “El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales” (OMT, 2014).

B) Turismo Nacional

“El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores” (OMT, 2014). Así, el turismo nacional suma tanto a los ecuatorianos que visitan otros países como a los que realizan turismo dentro del propio Ecuador.

C) Turismo Internacional

Por último, el turismo internacional es la combinación de las actividades turísticas que realizan los ecuatorianos cuando salen al extranjero y las que realizan los extranjeros cuando visitan Ecuador. Según la OMT (2014), “el turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades

realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores”.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO RURAL

El turismo rural tiene algunas particularidades, como el alojamiento casi siempre se encuentra en el mismo establecimiento que se está visitando, sea en habitaciones agregadas a la vivienda de los propietarios en casas o cabañas que solo contienen dormitorios, servicios sanitarios y un espacio de diálogo, resulta que la convivencia de los turistas con los propietarios durante algunos paseos y en todas las comidas que se realizan en la casa principal, crea un clima distinto al que se vive en cualquiera de las otras opciones de la oferta turística. Es bastante común que los propietarios fomenten que dicha convivencia en los establecimientos agropecuarios incluya a los trabajadores, lo cual permite a los turistas saber cómo piensan, cómo se comportan y cuáles son las costumbres del trabajador rural. Por eso es que el turismo rural no se limita a la venta de un alojamiento, sino de un conjunto de actividades, de un programa por ser desarrollado en un medio rural (Boullón 2012).

El turismo rural es una práctica consiente sobre el uso de los recursos naturales y culturales, el respeto al patrimonio del área, en muchos casos confiere autoridad a sus pobladores e impulsa la participación de las comunidades tratando de lograr un desarrollo sostenible (Schlemer *et al.*, 2016).

Una primera característica es entender el turismo como un subsistema interconectado a otros subsistemas; como: educación, salud y medio ambiente. Es decir, el turismo rural es pensado en función de un proyecto de desarrollo territorial sistemático (sostenible), a partir de la propia comunidad, lo que podría ser destacado una segunda característica. La tercera característica es la convivencia, relación social que existe interés por el otro, por lo diferente, alteridad, identidad, respetando la simplicidad de las comunidades tradicionales, sus rutinas, su forma de hablar, cantar, danzar, comer, entre otros (Oyarvide *et al.*, 2016)

Dado que el turismo rural involucra una amplia heterogénea gama de actividades, una forma particular de implementarlo es a partir de un colectivo de actores que aúnan sus potencialidades; en este sentido, la importancia del turismo rural para el desarrollo territorial

propicia: la creación de empleo porque oferta servicios turísticos en el medio rural generando una mayor demanda de mano de obra y reduce la emigración de las zonas rurales; (Ferrer, *et al.*, 2014)

Una particularidad que merece destacarse, es que los turistas extranjeros (que en América Latina y en el caso del turismo rural representan una parte minoritaria de la demanda), aunque no dominen el idioma español, son los que más disfrutan incluso participan con los trabajadores, en aquellas estancias que organizan este tipo de salidas, pues con frecuencia superan las diferencias idiomáticas comunicándose por señas, más de un vocabulario mínimo en español (Boullón 2012).

Otras ideas sostienen que turismo rural es el ámbito donde se desarrollan las actividades y el agroturismo es sólo una modalidad del mismo. Sin embargo, como en la mayoría de casos de la oferta (nacional e internacional) no se les diferencia como tales, para evitar confusiones es preferible llamar al agroturismo como turismo rural participativo. La participación activa implica una relación estrecha con los anfitriones, el caso opuesto es hacer turismo rural pasivo y descansando en una hamaca contemplar cómo otros van a ordeñar en un tambo, ya sea tradicional o de última tecnología (Boullón 2012).

Por otra parte, el turismo rural no es una práctica homogénea, pues según la mayoría de los especialistas, contiene las siguientes modalidades:

1. Turismo en establecimientos agropecuarios donde el visitante puede participar activamente de tareas de manejo agropecuario.
2. Granjas educativas, que dictan cursos y prácticas de agricultura orgánica.
3. Turismo en cascos de estancia equipados con piscinas, juegos de niños y servicios de comidas típicas y cabalgatas, donde predomina la demanda que va sólo a pasar un día de campo, cuando estos establecimientos están cercanos a una capital o gran ciudad pueden ofrecer instalaciones para celebrar fiestas o eventos, o equipamiento para organizar reuniones de trabajo, conferencias, cursos, seminarios, congresos o convenciones.
4. Turismo de salud, que se asemeja al caso anterior, con la diferencia de que funciona como un SPA (*salute per aqua*) y que muy excepcionalmente contiene instalaciones para el uso terapéutico con aguas termales dentro de un establecimiento rural.

5. Turismo deportivo, donde a los establecimientos agropecuarios se agregan facilidades y servicios para la práctica de la caza o la pesca.

En paralelo el turismo rural, se lo visualiza en varias modalidades, convirtiéndolo en un sector muy atractivo para el turista. Algunas de ellas son: agroturismo, turismo ecológico, turismo deportivo, turismo religioso, turismo de negocios, turismo científico, turismo de pesca y caza, turismo y estancia, rutas alimentarias, ecoturismo, etnoturismo, y otras muchas más (Cabanillas, 2016)

De acuerdo a Cabanillas (2016), algunas modalidades de turismo rural son:

- **Etnoturismo:** Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.
- **Agroturismo:** Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, donde la sociedad campesina muestra y comparte su idiosincrasia y técnicas agrícolas; además de su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas, en beneficio de la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.
- **Talleres Gastronómicos:** Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados
- **Vivencias Místicas:** Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.
- **Aprendizaje de Dialectos:** Viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.
- **Ecoarqueología:** Estos viajes a zonas arqueológicas implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas. Se contribuye a crear conciencia en la población de la importancia del conocimiento del patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación, lo que permite actuar con responsabilidad social y ambiental.
- **Talleres Artesanales:** La experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en escenarios y con procedimientos autóctonos. Se pueden

estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.

- **Fotografía rural:** Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.
- **Ecoturismo:** Es una de las formas de turismo rural, definida como “segmento turístico en el que se prioriza la preservación del espacio natural donde se realiza, por lo que su diseño contempla ante todo el medio natural y por ende su conservación, frente a cualquier otra actividad”, (Ej: observación de aves y flora.)
- **Turismo deportivo:** Se refiere a la práctica de cualquier actividad deportiva en el ámbito rural es la base de la actividad. (Ej: pesca deportiva, caza, ciclo turismo, etc.).
- **Turismo Cultural:** Se basa en la utilización de los recursos culturales, históricos, costumbristas de un territorio como histórico y costumbrista... orientándose hacia la preservación y mejor conocimiento de estos. Desde un pueblo hasta un caserío pueden constituir el ámbito de desarrollo de esta forma de turismo. (Ej: estudio de culturas indígenas, circuitos históricos, visitas a sitios de interés arquitectónico, etc.).

Según Mendoza *et al.*, (2016), menciona los siguientes objetivos del turismo rural.

- Ser un factor de compatibilidad en la conservación y el desarrollo de los servicios turísticos.
- Crear oferta de alojamiento, así como de espacios de recreación no concentrada y de pequeña escala, pero coordinada con el nivel local y comercial.
- Ser una alternativa de desarrollo económica y social de la región.
- Ser parte de la organización y gestión.

Según Lane (1997), turismo rural se refiere a una serie de actividades dentro de un nicho (por ejemplo, ecoturismo, turismo de naturaleza, granja, aventura, deportes, gastronomía y vino, y turismo cultural), constituyéndose en una actividad compleja, multifacética, marcada aumentando continuamente a la diversidad (Lane & Kastenholz, 2015).

El autor asume el criterio de Lane, donde se concibe al turismo rural como una actividad compleja, multifacética; por ser cambiante acorde a las aspiraciones de los visitantes.

En este contexto existen varias actividades que los turistas pueden realizar y participar en espacios rurales con la comunidad, lo cual se detalla en la figura 2.



Figura 2 Actividades agroturísticas

Los aspectos que caracterizan a este tipo de turismo es la práctica consciente sobre el uso de los recursos naturales y culturales de la zona, así como el respeto por el patrimonio del área. En muchos casos sus pobladores tienen la autoridad y se impulsa la participación de las comunidades tratando de lograr un desarrollo sostenible (Mendoza *et al.*, 2016).

De acuerdo con el Ministerio de turismo del Ecuador (MINTUR, 2016), el crecimiento y evolución del mercado del 2009 al 2014 fue de un 14% esto demuestra que la actividad turística va por un buen camino según la planificación turística del Ecuador (PLANDETUR 2020). El objetivo en el país es fortalecer y diversificar la actividad turística, teniendo como base el turismo sostenible y la diversificación de la oferta con el desarrollo del turismo interno. Se observa que una de las alternativas para que esto se dé es el fortalecimiento del turismo rural (Mendoza *et al.*, 2016).

El turismo rural se diferencia de otras formas del turismo actual por los siguientes aspectos y singularidades propias, según (Boullón, 2012).

1. Todas las modalidades del turismo rural que se desarrollan en un país, están generadas por iniciativas de empresarios locales, que en su gestión producen algunos efectos en su mismo ámbito, como el consumo de insumos en pueblos rurales o actividades semiagrícolas, en especial por la venta de productos en el mismo predio con los diversos grados de valor agregado, como ocurre en Europa.
2. Tiene la cualidad de que, en mayor o menor medida, incorpora parte de las comunidades locales en cuanto a costumbres y formas de vida, con el fin de que actúen como un incentivo para que los visitantes se interioricen de sus facetas y singularidades.
3. El turismo rural, al contrario de otras modalidades masivas, como es el clásico turismo de playa, contribuye a revalorar las tradiciones locales, y solo debería aprovechar como atractivos lo auténtico, lo autóctono y las tareas típicas de los trabajos de campo.
4. A diferencia de las otras modalidades del turismo tradicional, el turismo rural no experimenta un impacto similar al que se tiene frente a la estandarización de los alojamientos en hoteles u hosterías, porque el turista se hospeda en viviendas, que, por formar parte del casco de las estancias, haciendas o fincas, prometen una experiencia distinta de la que se tiene en los viajes comunes. Entre ellos se hace fluido, aunque la estadía sea corta. Otro factor que puede influir mucho a que el nivel de satisfacción del huésped sea alto, es el estilo, mobiliario y decoración del edificio, más el tratamiento del entorno, además de la utilización de productos originados en el mismo campo para preparar las comidas, combinando con la armonía entre las construcciones y el medio rural y natural que las contiene.
5. Satisface diversas motivaciones porque plantea al turista la práctica de actividades de esparcimiento, como pueden ser caminatas por el monte del casco de la estancia o cabalgatas para conocer las partes más pintorescas dentro de un campo. También puede ser educativo cuando está equipado para mostrar cómo es en la práctica el trabajo y la vida rural a estudiantes de escuelas primarias o secundarias.

6. Aunque en la mayoría de casos el turismo rural es una modalidad de bajo impacto, debido a que se realiza en pequeña escala, existen variantes en las concentraciones de usuarios simultáneos sobrepasa los estándares que predominan en los establecimientos rurales típicos. Esto ocurre cuando se utilizan campos cercanos a grandes ciudades para celebrar reuniones de trabajo, congresos, convenciones o casamientos y festejos.
7. Es complementario y por tanto está bastante ligado con las tareas agropecuarias tradicionales, lo cual hace que, en la mayor parte de los casos, los servicios y actividades se programen para que los turistas se apoyen en la infraestructura y equipamientos existentes, vale la pena recordar que en el turismo no es fácil progresar sin creatividad, dedicación y profesionalismo.
8. Por su propia naturaleza es disperso, y las concentraciones del equipamiento promedio son mínimas, comparadas con las que requieren otras modalidades masivas que, para poder funcionar aceptablemente, necesitan importantes aglomeraciones de servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, compras y servicios complementarios.
9. En los establecimientos dedicados a prestar los servicios típicos del turismo rural, el producto es relativamente caro, porque puede llegar a acercarse o igualar los precios de hoteles de cuatro y cinco estrellas, dependiendo del número y calidad de prestaciones. También la tarifa llega a ser relativamente más económica cuando se circunscribe dentro de la modalidad del turismo rural comunitario, como ocurre en muchos países de Centroamérica y la región andina de América del Sur.
10. Si se desarrolla como una especialidad y, por tanto, se diferencia de los servicios tradicionales, puede competir en el mercado como una opción innovadora en cuanto a la programación de actividades y formas de participación del turista.
11. Es un emprendimiento de tipo familiar que incorpora a la mujer y se encuadra en el área de los micros y pequeñas empresas, atendidas personalmente por los dueños, en ocasiones por la familia del mayordomo o encargado, que fueron capacitados para servir a los turistas.

12. Un modo recomendable de comercializar un emprendimiento de turismo rural es trabajando en forma asociativa, sumándose para ello a consorcios o redes regionales. La ventaja de este tipo de agrupamiento es hacerse conocer en el mercado, abaratando sensiblemente los costos de promoción y publicidad y facilitando además el posicionamiento de cada uno de los emprendimientos asociados.
13. Igual a lo expresado en el punto 1, puede actuar como un factor que incremente las posibilidades de empleo no ligados a la producción agropecuaria en la población de los pueblos más próximos a cada uno de los establecimientos que agreguen el turismo rural a sus tareas habituales. Aunque por lo general este tipo de impacto es mínimo y muchas veces exagerado sin la base de estudios serios que lo respalden.
14. La estacionalidad es muy marcada, pues debido a sus características el flujo de visitantes coincide con los periodos vacacionales de verano e invierno. La excepción son algunos fines de semana largos fuera de esos períodos; pero no para todos, sino para los establecimientos más cercanos a las plazas de mercado emisor del mercado interno. Por otra parte, existen algunos casos en los cuales los propietarios tienen conexiones directas con operadores locales en países del extranjero.

2.3. BENEFICIOS DEL TURISMO RURAL

El territorio ecuatoriano es el país más diverso del mundo y con mayor cantidad de flora y fauna por kilómetro cuadrado, cuenta con las nacionalidades y pueblos que habitan en el mismo, lo que ha motivado que la marca turística del país tome cada vez mayor fuerza, además, el turismo constituye uno de los rubros de generación de divisas más significativos al punto de constituirse en un sector estratégico para el desarrollo nacional, al punto de ser la tercera actividad en importancia económica, favorecido por su amplia biodiversidad y riqueza cultural (Espín, *et al.*, 2017)

En este contexto los beneficios en el medio rural se suman al ingreso de recursos económicos que incentiva el desarrollo económico, social y ambiental. Las oportunidades de diversificación contemplan el agregado de valor a la producción agrícola o artesanal, contribuyendo con la preservación del medio ambiente, el rescate de las tradiciones, técnicas

y procesos productivos y el incentivo de inversiones en turismo, valorando la cultura y el ambiente local. Según (Zamorano, 2012) menciona algunos de los beneficios del turismo rural:

Económicos;

- **Divisas:** Los visitantes extranjeros gastan su dinero en el país o región que visitan. Esto equilibra de forma importante de la balanza de pagos del lugar de destino. Se considera que el turismo produce dos tipos de ingresos.
 - **Directos:** el gasto realizado por los visitantes en el país: pagos en hoteles, restaurantes, tiendas, agentes de viaje, etc.
 - **Indirectos:** ingresos que se producen cuando el dinero que entra por el turismo se filtra en el resto de la economía: importaciones de productos para los visitantes, proveedores locales, salarios a la población local, etc.

Empleo: el turismo supone un incremento de la oferta de trabajo.

- **Directo:** provocado en las instalaciones turísticas: hoteles, restaurantes, empresas de actividades, tiendas, etc.
- **Indirecto:** proveedores de las instalaciones turísticas.
- **Inducido:** promovido por la expansión económica al haber más empleo turístico.

Ingresos nacionales: la actividad turística atrae también al turismo nacional.

Desarrollo económico: incremento de producto interior bruto (PIB) del país; mejora el nivel de vida de la gente del lugar, se crean nuevas infraestructuras hay más dinero que se emplea en inversiones, casas, negocios, etc. Estimula la creación de nuevas empresas y, por tanto, más ganancias económicas y más empleo.

Diversifica la actividad económica: además de las labores tradicionales de la zona, surge una nueva forma de ganarse la vida, por ejemplo, en el caso de la gente joven, que si no tiene posibilidades de encontrar trabajo se marchan a las grandes ciudades.

Estacionalidad: debido en gran parte a las condiciones climatológicas del planeta, y sus variaciones según la época del año, el ser humano se ha marcado unas pautas de conducta generales que cumplen de una manera metódica e incluso exagerada.

2.4. DESARROLLO SOSTENIBLE

América Latina y el Caribe afrontan una nueva encrucijada histórica. Además de las dificultades para retomar un sendero de crecimiento económico sostenido y sostenible, cada vez resultan más apremiantes las preocupaciones por la viabilidad del proceso de ampliación de derechos y mejora en la igualdad que, en mayor o menor intensidad, experimentaron los países de la región en la última década (CEPAL, 2016).

La visión de desarrollo sostenible está integrada en el conjunto de doctrinas alternativas. Estas teorías superan la discusión clásica sobre la modernización, el estructuralismo e inclusive las teorías neoliberales sobre las reformas económicas y la liberalización del mercado. Son sistemas más complejos y multidisciplinarios que abren las puertas del desarrollo a una visión que trasciende el escenario económico e inclusive el social (Castro, 2015).

El turismo rural a través de la provisión de servicios de alojamiento, comercialización de productos agrícolas, alimentos y no productos alimenticios de las industrias domésticas se constituye para la población local creación de condiciones para ingresos adicionales. El componente social se refleja en la mejora de la calidad de vida en las áreas rurales, a través de la rehabilitación y construcción de infraestructura, y elevar el nivel de sensibilización y conocimiento, creando un ambiente para que los jóvenes permanezcan en áreas rurales fortaleciendo las comunidades rurales. La protección del medio ambiente como tercera parte de la sostenibilidad debe estar presente constantemente en los planes y actividades de desarrollo como un factor que no debe ser comprometidos y descuidados; es decir, definir el

tiempo y respetar la capacidad ecológica y el impacto en el medio ambiente (Mrksa & Tamara 2014)

La Agenda 21, es uno de los programas de Naciones Unidas para promover el desarrollo sostenible, implica un plan detallado de acciones que deben ser cumplidas a nivel mundial, nacional y local por entidades de la ONU, los gobiernos, y grupos principales en todas las áreas que ocurren impactos humanos sobre el medio ambiente. A partir de ello, el desarrollo sostenible tiene como objetivo principal generar y definir proyectos variables que estén acordes con los aspectos económicos, sociales y ambientales. La investigación se ha centrado en los principios del turismo sostenible en pequeñas y medianas empresas, actitudes empresariales, familiares, condiciones ambientales, adecuadas prácticas, y predicción de factores en las zonas rurales (Villanueva, *et al.*, 2017).

En paralelo para el desarrollo sostenible es necesario considerar tres dimensiones:

Aspecto económico: en el sentido que cada proyecto de desarrollo sostenible debe tener un funcionamiento financiero, es decir que tenga suficiente capacidad para contribuir al desarrollo económico en el ámbito de creación de empresas de todos los niveles.

Aspecto social: el desarrollo sostenible debe tener en cuenta las consecuencias sociales de la actividad de la empresa implementada; debe considerar todos los niveles de interacción y actuación del colectivo implicado: los trabajadores (tomando en cuenta sus condiciones de trabajo, nivel salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general. Este aspecto considera también que las necesidades humanas básicas sean alcanzadas.

Aspecto ambiental: para que exista desarrollo sostenible debe haber una compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas.

2.5. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

La sostenibilidad ha sido definida como el desarrollo económico que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones

futuras para satisfacer sus propias necesidades. Para los negocios esto incluye elementos de responsabilidad social y ciudadanía corporativa junto con administración mejorada de los impactos corporativos sociales y ambientales. Así mismo la Organización Mundial de Turismo se propuso en su día establecer una definición válida del concepto de turismo sostenible: "El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo protege, fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida" (Epstein, 2009)

En la propuesta de turismo sostenible dada por Ministerio de Turismo articula las tres dimensiones de la sostenibilidad: sociedad, ambiente y economía con elementos identificados que aportan al desarrollo humano, lo cual la Organización Mundial de Turismo ha llegado a determinar identificadores concretos. Para el caso del Ecuador, la riqueza cultural se expresa en riquezas pluricultural y multiétnica, adicionando un factor clave del buen vivir; el propósito de este documento se toma en cuenta las dimensiones de sostenibilidad social y ambiental (PLANDETUR 2020, 2007)

2.5.1. Elementos de sostenibilidad social: Los elementos de sostenibilidad social han ido incorporados a partir del diagnóstico regional y en la propuesta estratégica y programática. Estos elementos a ser considerados durante la aplicación del PLANDETUR 2020, son:

- **Equidad social:** procura una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales provenientes del turismo entre la comunidad receptora, incluida la mejora de oportunidades, ingresos y servicios para los pobres. Este elemento se refleja en los objetivos estratégicos y se viabiliza a través del fortalecimiento de las cadenas de valor, el emprendimiento de la pequeña y mediana empresa, y las acciones específicas de desarrollo del turismo comunitario. Es fundamental que el turismo se vincule a otros sectores para fomentar el empleo y los emprendimientos productivos e inducir el consumo de la producción local de bienes y servicios.

- ***Satisfacción del visitante y el residente:*** proporciona una experiencia segura, satisfactoria y completa a los visitantes con igualdad de oportunidades para todos, sin discriminación de sexo, raza, discapacidad u otras formas de discriminación.

- ***El esquema de “Turismo para Todos”:*** el fomento de la calidad y sostenibilidad mejoran las oportunidades de satisfacción del visitante. Por otra parte, el turismo debe garantizar también la satisfacción del residente frente a la actividad turística, y las dinámicas propias de interrelación social que ésta genera; asegurando una experiencia social segura, satisfactoria y enriquecedora también para la sociedad anfitriona.

- ***Control local:*** implica y habilita a las comunidades locales en la planificación y en la toma de decisiones sobre la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su entorno, consultando a las otras partes interesadas.

- ***Riqueza cultural:*** respeta y mejora el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y peculiaridades de las comunidades anfitrionas. Estos elementos se consideran en el programa de turismo comunitario, así como en el desarrollo de la línea de producto de turismo cultural y el proyecto de recuperación, revalorización y desarrollo del patrimonio pluricultural, histórico e intangible desde el turismo sostenible.

- ***Integridad física:*** mantiene y mejora la calidad de los entornos, tanto urbanos como rurales, y evitar la degradación física y visual del medio ambiente. Este elemento está considerado en el desarrollo de destinos, y en el proyecto de paisajes armónicos que evitan la degradación física y visual del entorno causada por el desarrollo turístico.

- ***Bienestar de la comunidad:*** mantiene y fortalece la calidad de vida en las comunidades locales, incluidas las estructuras sociales y los accesos a recursos, servicios y sistemas de subsistencia, evitando cualquier forma de degradación o explotación social o medioambiental. Este elemento se atiende a través de los programas de desarrollo de destinos, infraestructura turística, turismo de naturaleza y comunitario, así como en el desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario y patrimonio cultural para el turismo del Ecuador.

- **Elementos de sostenibilidad ambiental:** los elementos de sostenibilidad ambiental han sido incorporados a partir del diagnóstico regional y en la propuesta estratégica y programática. Los principales elementos a tener en cuenta son:
 - Respetar los lineamientos de conservación del estado ecuatoriano.
 - Los proyectos de intervención de obras civiles del programa, consisten en la construcción, mejoramiento, readecuación y equipamiento de facilidades turísticas, sobre todo en áreas naturales bajo categoría de protección estatal, pero indistintamente con administración comunal, gubernamental o privada. Los derechos de uso en los territorios a ser intervenidos por los diferentes proyectos están regulados por la legislación nacional, así como por ciertas estrategias de conservación internacional.

Si de practicar turismo sostenible se trata, se deberá analizar los elementos que lo conforman, para el caso del sector rural al que pertenece, como es el recinto La Envidia, el aspecto ambiental y social es primordial, al no tener control, en el ámbito económico sería fugaz y la base de desarrollar turismo sostenible es mantener equilibrio en todos sus ámbitos.

Según la (OMT, 2012), los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el Futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estratégica de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en

las que no existen otras alternativas de actividad económica; a su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales, y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, La infraestructura turística es uno de los factores importantes para atraer turistas como destino a un país. Una buena infraestructura turística creará condiciones favorables para atraer más turistas, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes; Ahora bien para poder desarrollar un turismo consciente, un turismo sostenible en la comunidad, la institución o cuales sean las directrices deben tener organización tanto humana como administrativa para el correcto direccionamiento de la actividad turística (Thanh, 2018).

2.6. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

El turismo rural constituye para el sector agropecuario y para las comunidades locales, una oportunidad para la generación de empleo directo e indirecto, que contribuye a evitar el éxodo rural. Es una alternativa para diversificar, ampliar los ingresos y una forma de difundir y relacionar las culturas, tradiciones, prácticas y saberes locales (Acevedo, 2008, citado por Mendoza y Doumet, 2016).

De ahí que se considere determinante la gestión de los gobiernos locales, pues ellos deben jugar el rol de conector indispensable para la interacción proactiva entre los diferentes actores. Facilitar las interrelaciones entre aspectos económicos, sociales, políticos, institucionales, ambientales y culturales (Pérez 2003).

El artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador 2008, establece que constituyen Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) las juntas parroquiales rurales, los Consejos municipales, que descansa su labor en planificar, organizar y controlar el proceso. La diversidad de actividades que genera el fenómeno turístico hace que actúe como un detonante directo en la dinámica de crecimiento de un territorio que se lo plantee como un destino turístico (Zulueta *et al.*, 2017).

Sin duda el turismo rural tiene un efecto positivo en el desarrollo local, según las modalidades que el territorio ofrece, como: turismo de aventura, de naturaleza, ecológico,

agroturismo, son actividades turísticas complementarias que contribuyen al desarrollo local y dependen fundamentalmente del grado de inserción de actividades locales tradicionales; no obstante, para alcanzar su óptimo funcionamiento deben ser en gran parte resultado de la iniciativa local.

En Ecuador, el turismo en espacios naturales prácticamente se desarrolla, pero en pequeñas escalas; sin embargo, en el mundo las modalidades turísticas relacionadas con los territorios locales se conciben como factores de desarrollo y como componentes básicos del desarrollo local (Crosby, 2011)

Además, el desarrollo del turismo a escala local implica el conocimiento de las localidades o zonas que cuentan con atractivos potencialmente aprovechables para esta actividad. Para la configuración de un destino turístico especializado con estos fines se debe lograr la integración de empresas, recursos e infraestructuras en un número significativo. Así mismo el turismo promueve inversiones en hoteles, restaurantes y otros servicios destinados a la atención de los visitantes que necesitan de la gestión efectiva de los gobiernos locales. También las vías de acceso experimentarán un mayor tráfico. En ese sentido, las inversiones tienen consecuencias en el empleo, además de implicar un aumento en los ingresos del municipio y de las comunidades (Mendoza & Doumet, 2016).

En el aspecto cultural, los resultados del turismo son dobles. Por una parte, activará el interés de la población por conservar sus costumbres y tradiciones. Por otra, estimula el aprendizaje de idiomas y una mayor capacitación para brindar un mejor servicio a los visitantes. Adicionalmente se motiva también el conocimiento de las artes culinarias y gastronómicas y de las costumbres y hábitos de los visitantes (Villanueva, 2017).

En el orden social, el turismo propicia la integración y organización de las entidades y de la población para recibir el flujo de visitantes nacionales y extranjeros, crea fuentes de empleo, evita la emigración de la población local, mejora el nivel económico y la calidad de vida de la población local. El turismo a escala local facilita el intercambio de ideas, costumbres y estilos de vida, permitiendo a su vez la promoción de productos locales. Asimismo, el turismo rural, ocasiona destrucción o deterioro de los recursos naturales: la presión del turismo provoca daños en el medio ambiente, sino se lleva a cabo una buena planificación, tales como el excesivo consumo de los recursos, producción excesiva de residuos,

contaminación de tierra, agua y aire, contaminación acústica, contaminación arquitectónica, entre otros (Zamorano, 2012).

2.7. POTENCIALIDADES DEL TURISMO ALTERNATIVO EN ECUADOR

El potencial turístico de un territorio radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades, se establece la necesidad de dotar a los atractivos de instalaciones e infraestructuras necesarias para la realización actividades turísticas. Antes de iniciar cualquier actividad económica relacionada con el turismo es imperativo determinar su situación actual, a través de índices y factores claves para el desarrollo turístico; según (Reyes y Sánchez 2005, citado por Jarrín, 2014); los componentes que conforman la potencialidad de un determinado sitio son: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento. (Jarrín, 2014), explica en su artículo diagnóstico de la potencialidad que las regiones, provincias, cantones y parroquias del Ecuador han crecido durante décadas de manera acelerada y la mayoría de una forma desordenada; es decir, no ha existido planificación en el territorio.

Ecuador actualmente es reconocida como uno de los países con mayor biodiversidad del planeta por sus paisajes naturales y culturales, atributos que fueron considerados al ser elegido por tercera vez, como el mejor Destino Verde Líder de Sudamérica por World Travel Awards 2015. Este reconocimiento se debe a la calidad turística que brinda cada comunidad dentro de las áreas rurales, convirtiéndose en una herramienta clave para el desarrollo dinamizador de la economía nacional, constituyendo uno de los rubros de generador de divisas más significativo, al punto de constituirse en un sector estratégico para el desarrollo (Espín *et al.*, 2017).

La estructura productiva ecuatoriana, muy dependiente del sector primario, ha conducido a las autoridades a diversificar su matriz productiva con el fin de generar nuevos ingresos que mejoren su economía, mediante un conjunto de planes y programas orientados a buscar nuevas estrategias para su desarrollo económico. “Una de estas iniciativas es la promoción del sector Turístico. En este marco, en los últimos años el gobierno ecuatoriano puso en marcha dos iniciativas orientadas hacia la promoción del Turismo Sostenible: el Plan

Estratégico de Turismo 2020 (PLANDETUR 2020) en el año 2006, y la propuesta en el año 2011 del “Turismo Consciente”, como una tipología de turismo diferenciada, basada en una filosofía contrapuesta al turismo de masas” (Castillo, *et al.*, 2015).

Según el Ministerio de Turismo en el Ecuador, las divisas generadas por concepto de turismo en el 2015 fueron de 1557,4 millones de dólares americanos, valor que comparado con los 1449,3 refleja un descenso que responde a la coyuntura económica mundial y a la injerencia de factores exógenos que han afectado a la actividad, tales como la apreciación del dólar, la devaluación de la moneda de nuestros vecinos (Perú y Colombia) que los volvieron destinos económicos, el virus sika, el dengue, la actividad del volcán Cotopaxi, el terremoto del 16 de abril, y los sismos registrados durante diciembre en Esmeraldas que afectaron directamente el feriado de navidad y año nuevo (MINTUR, 2017).

Ecuador ha experimentado una evolución considerable en el sector turístico, convirtiéndose en una herramienta de desarrollo y de aporte significativo para el país, las nuevas tendencias turísticas están dadas en potenciar las actividades en las comunidades rurales promoviendo la sostenibilidad económica y mejorando las condiciones de vida. De igual manera los espacios naturales en Ecuador poseen suficientes atractivos y condiciones para la práctica de modalidades como el turismo de naturaleza, turismo rural, turismo de aventuras y turismo deportivo; dado esto por el elevado grado de conservación de sus variados ecosistemas, la policromía de sus paisajes y el alto endemismo de su flora y fauna. Todas estas condiciones pudieran generar proyectos para desarrollarse en las localidades y propiciar el desarrollo de la calidad de vida de los pobladores, además de generar nuevos empleos, ingresos y capacitación para el mejor ejercicio de los mismos (Noblecilla *et al.*, 2016).

El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales. Evaluar el potencial turístico conlleva un análisis completo que permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo, si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos. De la misma

manera ocurre con la demanda turística, ya que si se identifica y analiza se puede saber a qué tipo de usuario ofrecerle los productos turísticos de ese destino (MINTUR, 2017).

2.8 PLANIFICACION

La planificación del turismo es una herramienta que busca comprender la localidad donde se desea promover la actividad obteniendo información sobre sus potencialidades y limitaciones que permita proponer estrategias y acciones para mejorar y/o transformar positivamente la localidad en cuestión. Por medio de este instrumento de desarrollo se podrán aumentar las chances para que todos los involucrados puedan disfrutar los beneficios de la actividad turística; así, se resalta la importancia de la participación y cooperación de los actores políticos y sociales para lograr un resultado satisfactorio mediante el turismo (Cardoso, et al., 2014)

Aún no existe una definición cierta y precisa de planificación, La Asociación Americana de Planificación (APA) define al término planificación como "una profesión dinámica que trabaja para mejorar el bienestar de la gente y sus comunidades creando lugares más convenientes, equitativos, sanos, eficientes, y atractivos para las generaciones presentes y futuras para Fennell Dowling, (2003) planificar es predecir y, por lo tanto, necesita alguna percepción estimativa del futuro, el plan incluye la consideración de factores económicos, sociales, culturales, políticos, físicos, y tecnológicos. Por otro lado, la planificación es un factor muy importante para la competencia de la industria turística. En hotelería, al considerar la información como insumo para la planificación (ej. Reservas online, las múltiples opciones de pago, etc.) los gerentes deben utilizar el pensamiento estratégico, afectando al proceso estratégico general de las empresas; de acuerdo a Mintzberg (1981) sostiene que el proceso de elaboración de estrategias contiene en su núcleo, el espíritu de los planificadores y la planificación (Alliu, 2016).

Para el autor la planificación como actividad está insertada en el proceso de dirección de toda empresa, misma que muestra dos fases importantes que se definen como el interior de la empresa, conformado por elementos como la capacidad organizativa y de dirección de los empresarios, participación de los trabajadores en el análisis del plan, lo que se expresa fundamentalmente en la proyección de la empresa, y hacia el entorno externo está

conformado a partir de los objetivos económicos, aspectos sociales, competencia, mercado tecnología así como las normas regulatorias.

8.1.1. Estrategias

El entorno comienza a volverse más complejo, dinámico e incierto, lo que hace más vulnerable a las empresas, al mismo tiempo que les ofrece mayores oportunidades. Ante esta evolución entorno - empresa surge la necesidad de un sistema de dirección capaz de adaptarse a las nuevas condiciones. Nace así la Dirección Estratégica con un enfoque innovador, cuyos pilares fundamentales los constituyen la actitud estratégica, la estrategia y la planificación estratégica. En paralelo las estrategias deben adaptarse al entorno con fines de desarrollo y supervivencia consiste en protegerse de las amenazas y aprovechar las oportunidades, tener, por tanto, una actitud que acepte el cambio, basada en el convencimiento de que el futuro de la empresa se puede moldear con una actitud adecuada y en el rechazo a la pasividad y a la neutralidad directiva. (Wheelen & Hunger, 2013).

La estrategia empresarial propone explicitar las grandes opciones de la empresa que orientarán de forma determinante, sus decisiones sobre actividades y estructuras; así mismo fijar un marco de referencia en el cual deberán inscribirse todas las acciones que la empresa emprenderá durante un determinado periodo temporal; a partir de ello, la estrategia cobra su sentido dentro de la planificación estratégica, definida como “el análisis racional de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para la empresa, de los puntos fuertes y débiles de la empresa frente a este entorno, y la selección de un compromiso <estratégico> entre estos dos elementos, que mejor satisfaga las aspiraciones de los directivos en relación con la empresa”. (Carvajal *et al.*, 2018)

2.8.2. Acciones

Una acción es estratégica al referimos a que su puesta en marcha o realización supone un cambio significativo para el sector, es decir, su desarrollo supone una mejora en aspectos importantes como el caso del recinto La Envidia, cuyo impacto tendrá las familias mediante el turismo que se plantee en acciones futuras. Las acciones estratégicas buscan el cambio relevante teniendo como consecuencia la mejora de la situación actual y de las condiciones

de vida de los habitantes. Por otro lado, el cambio debe estar alineado con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Respecto a la normativa Ecuatoriana de la Ley de Turismo en el Art. 2.- literal 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.

CAPITULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. LOCALIZACIÓN

La Investigación se desarrolló en el recinto La Envidia, ubicado al norte de la parroquia Moraspungo, es una población de 220 habitantes, con una extensión 448 km², está situada a 13 km y 40 minutos del cantón La Maná (Figura 3).

La vía es una carretera secundaria y que lleva a las fincas poseedoras de sembríos de productos agrícolas, así como a Estero Hondo y cuenta con un clima subtropical cuya temperatura promedio es de 15 a 20 °C, la precipitación media aproximada es de 1.000 a 3.500 mm anuales. El recinto la Envidia pertenece al cantón Pangua.

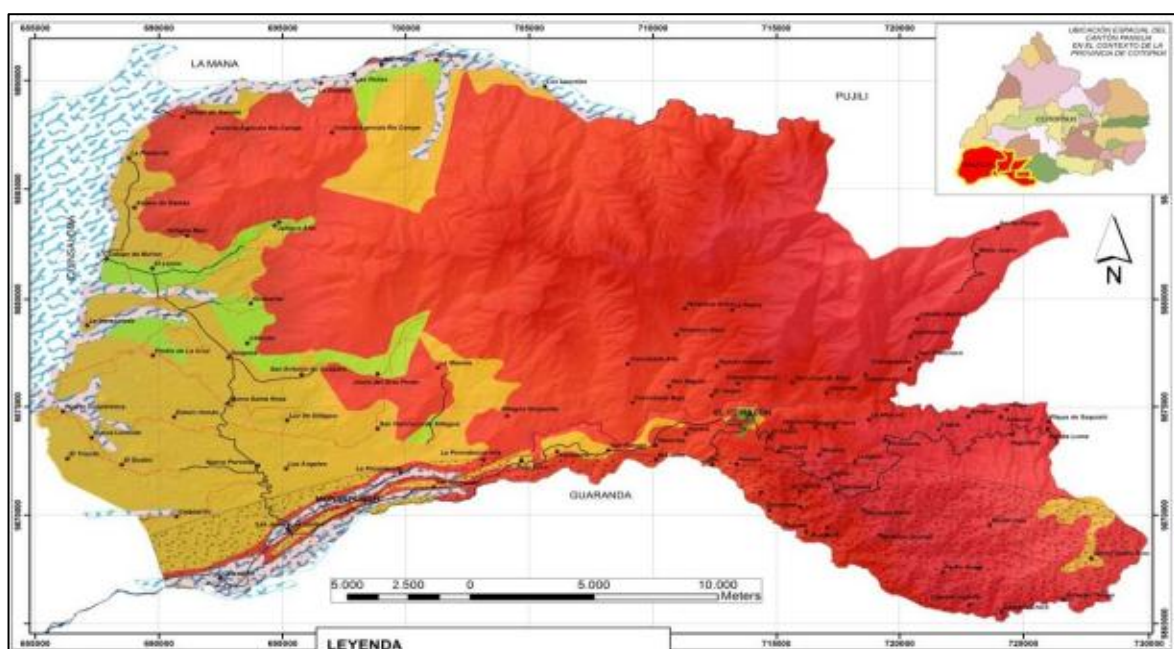


Figura 3 Ubicación geográfica del área de estudio

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pangua, 2015.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación utilizó dos tipos de investigación que se detallan a continuación:

Investigación descriptiva: Se describió la situación actual sobre el conocimiento que poseen los habitantes, las potencialidades y la percepción que tiene los pobladores del recinto La Envidia sobre turismo rural.

Investigación exploratoria: Se realizó un estudio exploratorio de los recursos existentes y los posibles usos atribuibles como una alternativa para mejorar los patrones de calidad de vida de la población.

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método histórico tendencial

Durante el transcurso de la investigación se revisó bibliografía, documentos, revistas, tesis de grado, artículos científicos, hechos relevantes de la actividad turística como antecedente histórico del desarrollo de turismo en el sector, lo que permitió conocer la situación actual.

Método deductivo

Se ha realizado la revisión y análisis de manera general a lo particular bajo los niveles de interés de los habitantes del recinto la envidia, con la finalidad de generar una propuesta, por tal razón se utilizó para conocer el nivel de viabilidad del turismo rural en el recinto, lo que permitió plantear acciones y diseñar estrategias.

Método de observación

Se realizó salidas de campo en las diferentes propiedades y en el recinto La envidia, en el cual, se recorrió el sector para observar los distintos recursos turísticos, así como los servicios que brindan en el recinto.

Método analítico

Este método permitió la recopilación de información del recinto, como sus características externas como internas, identificar las necesidades, falencias de la población y las fortalezas

del recinto. También se pudo identificar los resultados de las diferentes preguntas dirigidas a la población para saber el nivel de conocimiento e interés que tiene la población hacia la modalidad turística programada.

3.4. TÉCNICAS

Las técnicas utilizadas en la investigación son:

Entrevista: Se elaboró un formato de entrevista estructurado (Anexo 1) con preguntas claras y concisas para facilitar la respuesta de las autoridades del cantón Pangua y del recinto La envidia y realizar el estudio el diagnóstico.

Encuesta: Se diseñó dos formatos de encuestas: La primera se dirigió a la población del recinto con respuesta múltiple para conocer el conocimiento de la población sobre turismo rural, la situación económica actual (Anexo 2) y nivel de aceptación de proyectos que potencien el desarrollo turístico, la segunda, trató sobre el nivel de visita de los turistas para las diferentes actividades del recinto La Envidia (Anexo 3)

3.5. TRATAMIENTO DE DATOS

Con la información obtenida de la entrevistas y encuestas aplicadas en el recinto La Envidia se realizó tablas de frecuencia como método de estadística descriptiva que permitió describir el comportamiento de los datos, además se realizaron pruebas de chi cuadrado para determinar la dependencia de las variables cualitativas, como pruebas no paramétricas que mide la discrepancia entre una distribución observada y teórica. Esto fue posible con el uso del programa estadístico SPSS ver. 22.0.

Para obtener la información requerida de la primera encuesta planteada con anterioridad se empleó el método de **muestreo Polietápico**, que se caracteriza porque sigue una secuencia de etapas de selección de unidades muestrales, desde las de mayor rango a las de menor, para así llegar a los individuos. En la investigación se partió de la población del recinto la Envidia, las familias, y los individuos.

Para la segunda encuesta se utilizó el Muestreo **casual o de oportunidad** (Muestras de

sujetos voluntarios): La selección de la unidad de análisis está en dependencia de la posibilidad de acceder a ella. Es el muestreo de individuos a los que se aborda en lugares donde el investigador está "al acecho", como encuentros deportivos, festivales recreativos etc., en la investigación permitió la opinión que tienen los visitantes al recinto La Envidia, sobre los tipos de turismo, las preferencias, servicios que desearían.

Tamaño de muestra

Según Balestrini (1999), para calcular el tamaño de una muestra se considera que el “máximo error permisible” es hasta el 15%, Así mismo los niveles de confianza pueden ser variables y trabaja desde el 90 % hasta el 99%.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se consideró la población universo de la investigación compuesta por 220 habitantes. Se encuestó a una muestra de 33 personas una por cada Hogar, Al Alcalde, presidente de la comuna. El cálculo para el tamaño de la muestra se realizó empleando la siguiente fórmula descrita por (Hernández, 2014).

$$n = \frac{Nz^2PQ}{(N-1)*e^2 + Nz^2PQ}$$

Donde:

Tamaño de la muestra

N=	220
P=	0,5
Q=	0,5
e (13,2%)=	0,132
Z(90%)=	1,64

$$n = \frac{220*(1,64)^2*0,5+0,5}{(220-1)*(0,132)^2 + (1,64)^2*0,5+0,5} = 33$$

FODA

Para el diseño del plan de acciones y estrategias a implementar se partió de los resultados del diagnóstico realizado, el árbol de problemas, se procedió a determinar el posicionamiento

estratégico del objeto de estudio. En este sentido, lo primero a desarrolló fueron las matrices de factores internos (MEFI) y factores externos (MEFE). Esto permitió posteriormente construir la matriz DAFO.

Método de Expertos

En la investigación se utilizó el método de experto para validar la propuesta, como una herramienta que facilita el trabajo con especialistas en el tema que se analiza, cuyos criterios tributan a la elaboración de la propuesta, se preseleccionó un grupo de expertos, compuesto por profesionales de nacionalidad ecuatoriana y cubana y española.

Para valorar el nivel de experticia de los expertos, se decidió aplicar el coeficiente de competencia. (García Rondón, 2010 y Souto, 2015). Además, se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

Grado científico

- Experiencia en el ámbito de la investigación
- Participación en proyectos internacionales
- Decisor en proyectos internacionales
- Publicaciones científicas
- Publicaciones de materiales y normativas.

Se realizó un cuestionario y se envió a los expertos, con los resultados obtenidos a partir del análisis efectuado se seleccionan 9 expertos.

Además, se aplicó el método **ANOCHI**, es una aplicación estadística que permite realizar estudios de confiabilidad al determinar la asociación entre n jueces al evaluar k objetos o variables, los cuales reciben un valor de rango cuantitativo según una escala numérica y expresa la concordancia del acuerdo efectivo. Su valor se expresa en un rango de 0 a 1, donde el valor 1 significa la concordancia perfecta y el valor 0 ausencia total de concordancia. Un índice superior a 0.80 es muy bueno y que por debajo de 0.60 es moderado y no es aconsejable asumir suficiente fiabilidad entre los expertos.

Con la finalidad de validar las estrategias a través del criterio de los usuarios se aplicó la técnica de **IADOV** a los asistentes a la socialización. La técnica de IADOV implica la

aplicación de una encuesta formada por cinco preguntas: tres cerradas y dos abiertas (Anexo 4). El cuestionario se aplicó a las autoridades seleccionadas.

3.6. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

Recursos humanos

En la elaboración del proyecto innovador estuvo realizado por un estudiante de la Maestría de Turismo mención Gestión de turismo, dirigidos por la directora y el Co director, así como el apoyo de un equipo de especialista escogidos como expertos, presidente del recinto La Envidia, el Vice alcalde de Pangua, así como la jefa del departamento de cultura, patrimonio y turismo.

Recursos Materiales

Para el desarrollo del proyecto innovador de turismo, para los objetivos propuestos en el presente estudio se emplearon los siguientes materiales:

Materiales bibliográficos: Libros, revistas, tesis, artículos científicos, mapas del área de estudio, Plan de desarrollo y ordenamiento Territorial de Pangua.

Materiales tecnológicos: computadoras, impresoras, hojas A4, cámara fotográfica, GPS, vehículo, proyector, portales de información geográficos, lapiceros, grabadora, libreta de campo, celular, agenda y dispositivos de almacenamiento, papelotes marcadores, carpetas.

CAPITULO IV

4. RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO RURAL SOSTENIBLE

En este capítulo se presenta los resultados del diagnóstico de la situación actual del desarrollo de turismo rural, las encuestas aplicadas a la muestra de las familias que viven en el recinto La Envidia, haciendo énfasis en la situación laboral, ingresos y el nivel de instrucción que tienen.

Así mismo se analiza los resultados para conocer la percepción que poseen sobre turismo rural; De igual forma, se desarrolla la propuesta que consiste en un plan de acciones y sus estrategias como alternativa de desarrollo del turismo rural sostenible y sustentable para las familias del recinto. El plan se valida a través del criterio de expertos y el criterio de usuarios.

4.1.1. Discusión de los resultados de la encuesta dirigida a las familias del Recinto La Envidia sobre los aspectos sociales y económicos

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a las familias del recinto la envidia del recinto, y conocer la fluctuación de la edad, el género, nivel de educación, dedicación laboral e ingresos que perciben. Según los conteos que se muestran en la tabla 1, anexo 5, que el grupo de “menos de 18 años” es el más pequeño y representa el 12,1% de los mismos, los que mayoritariamente se encuentran entre las edades de 30-39 años corresponde a un 24% al igual a los del grupo de 40 – 50 años que también corresponden al 24,2% es decir que la fluctuación se encuentran entre los 30 años hasta los 50 años, lo que hace énfasis con mayor factibilidad en realizar turismo, según resultados tabla 2 anexo 5, además se determinó que el género masculino es el más numeroso, con 57,6%; tabla 3 anexo 5, respecto al estado de las familias, donde en su mayoría prevalece la variable de unión libre en un 48% y le sigue el grupo de casados (27,3%). En el cual se argumenta que no es necesario casarse para tener una familia y viajar con ella. Sin embargo, se obtuvo un gran porcentaje de estado civil soltero, según su opinión prefiere disfrutar de cada momento de su vida en la que puedan descubrir y disfrutar de sus viajes.

Respecto al nivel de educación, los resultados tabla 4 anexo 5, la mayoría tienen nivel secundario, y en segundo lugar con estudios primarios en un 27,3%, y un porcentaje mínimo corresponde 21,2%, corresponde a nivel superior, resulta un factor es importante considerando que el recinto se encuentra a 14 Km del poblado más cercano, La Maná, y la gran dificultad de movilizarse por una carretera de tercer orden solo lastrada; sin embargo, se caracteriza por tener una población preparada, además que actualmente cuentan con una unidad educativa a nivel de educación primaria.

Realizando el análisis sobre las actividades a que se dedican las familias tal como se aprecia en la figura 3, el grupo más significativo es el de los agricultores con el 42,4%, siguiendo en el orden de los comerciantes (24,2%). Así también los grupos de ama de casa y empleado público, 12,1% cada uno representan sectores importantes para el desarrollo del proyecto. Sin embargo, la variable de ingresos mensuales por familia figura 4, está comprendidos entre \$ 301 y \$400, lo que demuestra que la mayoría de la población son propietarios privados, en las cuales genera mayor viabilidad en realizar turismo rural.

De acuerdo a los resultados las familias del recinto La Envidia, en su mayoría oscila en edades de 30 a 50 años y la actividad principal a que se dedican es la agricultura, esto es concordante con el nivel de educación que mayoritariamente es secundaria y sus ingresos fluctúan entre los 301 a 400 dólares mensuales. La Envidia es un recinto que pertenece a la Parroquia Moraspungo donde la población el 80,2% se dedica a las actividades de agricultura, silvicultura, caza y pesca, la comunidad no cuenta con los servicios básicos, pero cuenta con una unidad educativa (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial cantón Pangua, 2018)

Según Lazo, Aguilar, Batidas y Calle (2017), mencionan que para ser efectivo en la actividad turística, es necesario contar con conocimiento y competencias y lograr y para ser efectivos deben apoyarse en políticas públicas para lograr proyectos en el territorio que tengan al menos estas características: (1) maximizar los ingresos del turismo para las comunidades locales, (2) la distribución equitativa entre la comunidad y (3) la generación de impactos turísticos positivos en los aspectos socioculturales y condiciones de pobreza. (Lazo et al., 2017)

Situación Laboral Muestral de los Habitantes del Recinto La Envidia

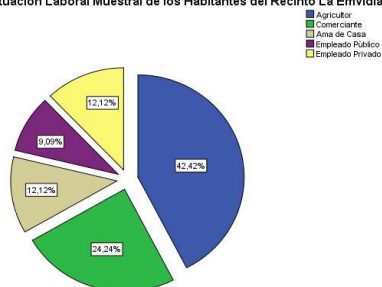


Figura 4 Situación Laboral

Ingreso Muestral de los Habitantes del Recinto La Envidia por Familia

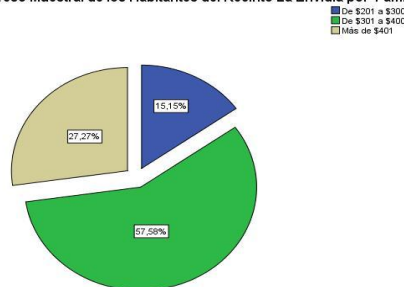


Figura 5 Ingresos por familias

4.2. EVALUACION SOBRE EL CONOCIMIENTO DEL TURISMO RURAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE POR PARTE DE LA POBLACIÓN DEL RECINTO LA ENVIDIA

Este acápite del cuestionario se dedicó a extraer información sobre las variables del conocimiento que tienen las familias sobre el turismo rural y sus diferentes modalidades, así como la predisposición de participar en emprendimientos como fuente de ingresos para las familias.

4.2.1 Discusión de los resultados en este nivel el objetivo esencial fue valorar cómo se percibe el turismo rural y desarrollo sostenible en el recinto.

En la obtención de los resultados se realizó las tablas cruzadas aplicando chi cuadrado con la finalidad de valorar la significancia de las variables analizadas respecto al conocimiento y posibilidades de aceptación de participación en proyectos o emprendimientos que beneficien a las familias del recinto. Referente a las variables del conocimiento sobre turismo rural entre la variable edad, de acuerdo a resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado tabla 5 anexo 5, muestra que 17,875 es mayor que el valor crítico de 7,78, con un nivel de confianza del 90%, y 2 grados de libertad, no se acepta la hipótesis nula: las dos variables no son independientes. Es decir, que el conocimiento de turismo rural está relacionado con la edad de los moradores del recinto La Envidia.

Referente a la relación entre conocimiento de turismo rural, con el estado civil es independiente de acuerdo a los resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado, tabla 6 anexo 5, que el valor calculado 8,667 es mayor que el valor crítico 6,25, con un nivel de confianza del 90% y 3 grados de libertad, no se acepta la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, están relacionadas. Es decir, que el conocimiento de turismo rural está relacionado con el estado civil de los moradores del recinto, esto implica que la población forma su familia y no continúa preparándose.

De acuerdo al análisis de los resultados tabla 7 anexo 5, relacionando el conocimiento sobre turismo rural y la situación laboral, según resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado se observa que el valor calculado 16,795 es mayor que el valor crítico 7,73 con un nivel de confianza del 90%, y 4 grados de libertad, no se acepta la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, están relacionadas. Es decir, que el conocimiento de turismo comunitario está relacionado con la situación laboral de los moradores del recinto La Envidia. Respecto a la relación con los ingresos de acuerdo a resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado tal como se aprecia Tabla 1, donde el valor calculado 10,392 es mayor que el valor crítico 4,61, con un nivel de confianza del 90% y 2 grados de libertad, no se acepta la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, sino que están relacionadas. Es decir, que el conocimiento de turismo rural está relacionado con el ingreso por familia de los moradores del recinto La Envidia.

En concordancia con lo opinado por Lazo *et al.*, (2015) mencionan que la aplicación e implementación de programas de capacitación para el capital humano de una zona, tales como: educación básica y social, y mejoras en las capacidades y competencias en actividades turísticas como: acomodación, alimentos y bebidas, transporte, guianza turística, dirección y emprendimiento; mejorarían las capacidades de la población y aportarían al empoderamiento de las comunidades locales y la toma de decisiones

Para Goeldner *et al.*, (2002), citado por Moreira *et al.*, (2015: pág. 450) Los autores ilustran la naturaleza interdisciplinaria de los estudios del turismo y su reciprocidad a partir de un centro de estudios turísticos del cual surgen las carreras y departamentos o disciplinas. En cuanto al abordaje interdisciplinario Moreira *et al.*, (2002: 29) enfatiza que “[...] el turismo es tan amplio, complejo y multifacético que son necesarios diferentes abordajes para estudiar

ese campo, cada uno adaptado a una tarea u objetivo diferente”. Destacan que para comprender el fenómeno turístico se necesitan [...] análisis positivistas, sistémicos, entre otros. Conceptos filosóficos, sociales y antropológicos como la fenomenología, posmodernidad, hipermodernidad, movilidad, son revisados y actualizados generando una profusión de nuevos conocimientos y nuevos abordajes teóricos, que pueden confundir hasta al más experimentado investigador (Moreira *et al.*, 2015).

Tabla 1 Relación del conocimiento con el ingreso por familia

Tabla de contingencia Ingreso/ familia * conocimiento					
			conocimiento		
			Si	No	Total
Ingreso/ familia	De \$201 a \$300	Recuento	1	4	5
		% del total	3,0%	12,1%	15,2%
	De \$301 a \$400	Recuento	14	5	19
		% del total	42,4%	15,2%	57,6%
	Màs de \$401	Recuento	9	0	9
		% del total	27,3%	,0%	27,3%
	Total	Recuento	24	9	33
		% del total	72,7%	27,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,392 ^a	2	,006
Razón de verosimilitudes	11,768	2	,003
Asociación lineal por lineal	9,375	1	,002
N de casos válidos	33		

a. 3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,36.

Examinando la variable la posibilidad de aceptación en relación con la variable la edad la hipótesis de un proyecto de turismo rural es independiente de la edad de los moradores, de acuerdo a resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado tabla 8 anexo 5, donde el valor calculado 14,042 es menor que el valor crítico 18,55, con un nivel de confianza del 90% y 12 grados de libertad, no se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes. Es decir, que la posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural no está relacionado con la edad de los moradores del recinto La Envidia.

De acuerdo a resultados obtenidos referente a la posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural relacionada con el nivel de educación, la prueba de chi cuadrado, tal como se

refleja en la tabla 9 anexo 5, encontramos que el valor calculado 26,035 es mayor que el valor crítico 12, 5916, con un nivel de confianza del 90%, se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes. Es decir, que la Posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural está relacionado con el nivel de instrucción de los moradores del recinto La Envidia.

Así mismo la posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural es independiente del ingreso por familia de los moradores del recinto La Envidia; según se aprecia en los resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado tabla 10 anexo 5, que el valor calculado 14,222 es mayor que el valor crítico 10,64, con un nivel de confianza del 90% y 6 grados de libertad, se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, aceptando la hipótesis alternativa que las dos variables no son independientes. Es decir, que la posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural está relacionada con el ingreso por familia de los moradores del recinto La Envidia.

Referente a la posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo con el nivel de educación como se muestra en la tabla 2, la Posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural es independiente del nivel de educación de los moradores. De acuerdo a resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado, encontramos que el valor calculado 17,070 es mayor que el valor crítico 4,61, con un nivel de confianza del 90% y 2 grados de libertad, se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, aceptando la hipótesis alternativa que las dos variables no son independientes. Es decir, que la Posibilidad de aceptación de un proyecto de turismo rural está relacionado con el ingreso por familia de los moradores del recinto La Envidia.

Tabla 2 Disposición de participar desde el nivel de instrucción

Tabla de contingencia Nivel de Instrucción * Disposición de Participar en Proyecto					
Nivel de Instrucción			Disposición de Participar en Proyecto		Total
			Si	No	
Nivel de Instrucción	Primaria	Recuento	9	0	9
		% del total	27,3%	,0%	27,3%
	Secundaria	Recuento	16	1	17
		% del total	48,5%	3,0%	51,5%
	Nivel Superior	Recuento	2	5	7
		% del total	6,1%	15,2%	21,2%
Total	Recuento		27	6	33
	% del total		81,8%	18,2%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,070 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	15,311	2	,000
Asociación lineal por lineal	11,810	1	,001
N de casos válidos	33		

a. 3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,27.

Respecto a la relación de la variable situación laboral entre disposición de participar en proyectos turísticos los resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado tabla 3, se aprecia que el valor calculado 28,519 es mayor que el valor crítico es mayor 7,78, con un nivel de confianza del 90% y 4 grados de libertad se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, aceptando la hipótesis alternativa que las dos variables no son independientes. Es decir, que la disposición de participar en un proyecto de turismo rural está relacionada con la situación laboral de los moradores del recinto La Envidia.

Tabla 3 Disposición de participar en proyectos entre situación laboral

Tabla de contingencia					
		Disposición de Participar en Proyecto			Total
		Si	No		
Situación Laboral	Agricultor	Recuento	14	0	14
		% del total	42,4%	,0%	42,4%
	Comerciante	Recuento	8	0	8
		% del total	24,2%	,0%	24,2%
	Ama de Casa	Recuento	4	0	4
		% del total	12,1%	,0%	12,1%
	Empleado Público	Recuento	1	2	3
		% del total	3,0%	6,1%	9,1%
	Empleado Privado	Recuento	0	4	4
		% del total	,0%	12,1%	12,1%
	Total	Recuento	27	6	33
		% del total	81,8%	18,2%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,519 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	27,474	4	,000
Asociación lineal por lineal	21,528	1	,000
N de casos válidos	33		

a. 8 casillas (80,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,55.

Las variables analizadas, la disposición de participar de un proyecto de turismo rural entre los recursos disponibles los resultados de la prueba de chi cuadrado tabla 11 anexo 5, se observa el valor calculado 16,867 es mayor que el valor crítico 2,71, con un nivel de confianza del 90% y un grado de libertad se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, Es decir, que la disposición de participar en un proyecto de turismo rural está relacionado con los recursos disponibles de los moradores del recinto La Envidia.

El análisis de resultados de las variables dispuesto a generar nuevos productos de turismo rural y la posibilidad de aceptación los resultados obtenidos tabla 12 anexo 5, según resultado, la prueba de chi cuadrado, se verifica que el valor calculado 17,945 es mayor que el valor crítico 6,25 con un nivel de confianza del 90% y 3 grados de libertad, muestra que las dos variables son independientes, se rechaza la hipótesis nula, de que las dos variables son independientes. Es decir, que la posibilidad de estar dispuestos a generar nuevos productos de un proyecto de turismo rural está relacionado con la posibilidad de aceptación de los moradores del recinto La Envidia.

El análisis realizado de las variables dispuestos a generar nuevos productos de turismo rural frente a nuevas fuentes de ingresos de acuerdo a resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado, según tabla 4, se observa que el valor calculado 15,435 es mayor que el valor crítico 2,71, con un nivel de confianza del 90% y 1 grado de libertad, se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, aceptando la hipótesis alternativa que las dos variables no son independientes. Es decir, que la posibilidad de estar dispuestos a generar nuevos productos se relaciona con la posibilidad de generar una nueva fuente de ingreso de los moradores del recinto.

Según Medina, Medina y Gutiérrez (2016) citado por Lazo et al., (2017) mencionan la relación directa que existe entre los emprendimientos turísticos y el alivio de la pobreza, a través de la responsabilidad social. El estudio hace hincapié en los novedosos tipos de turismo para ser efectivos deben apoyarse en políticas públicas para lograr proyectos en el territorio que tengan al menos estas características: (1) maximizar los ingresos del turismo para las comunidades locales, (2) la distribución equitativa entre la comunidad y (3) la generación de impactos turísticos positivos en los aspectos socioculturales y condiciones de pobreza (Lazo et al 2017)

La participación de las comunidades rurales en la industria turística ha despertado tanto entusiasmo como escepticismo. Quienes están a favor sostienen que esta propuesta garantiza que los ingresos generados por el turismo vayan a las poblaciones receptoras en lugar de concentrarse en los operadores y, por lo tanto, pueden contribuir a su empoderamiento y al mejoramiento de su calidad de vida (Lacoste & Navarrete, 2014)

Una de las líneas de acción que propicia es el turismo rural y las actividades se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto. Definen como cultura rural no sólo a las manifestaciones propiamente culturales (costumbres y fiestas, tradición oral, patrimonio construido, etc.) sino también a los modos de vida y los valores, las pautas de ocupación, producción y uso del territorio y las formas de relación con otras comunidades y el mundo (Lacoste y Navarrete, 2014)

Tabla 4 Fuente de Ingreso entre dispuestos a generar nuevos productos

Tabla de contingencia

		Dispuestos a generar nuevos productos				
			Si	No	Total	
fuentes de inge	Si	Recuento	29	0	29	
		% del total	87,9%	,0%	87,9%	
	No	Recuento	2	2	4	
		% del total	6,1%	6,1%	12,1%	
Total		Recuento	31	2	33	
		% del total	93,9%	6,1%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,435 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	7,902	1	,005		
Razón de verosimilitudes	9,545	1	,002		
Estadístico exacto de Fisher				,011	,011
Asociación lineal por lineal	14,968	1	,000		
N de casos válidos	33				

a. 3 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,24.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

4.3. PERCEPCIÓN ENTRE TURISMO RURAL Y DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE POR PARTE DE LA POBLACIÓN DEL RECINTO LA ENVIDIA

4.3.1. Discusión de los resultados en este nivel el objetivo esencial fue plantear acciones de rural y como alternativa de desarrollo.

Los proyectos implementados para el desarrollo local, en los que se involucra un gran número de personas de las comunidades, son cada vez más importantes, las empresas turísticas generan divisas y contribuyen a que mejoren los ingresos familiares y contribuyan al desarrollo sostenibles aprovechando los atractivos, conservando y protegiendo los recursos.

Referente a la relación de las variables dispuestas a generar nuevos productos de turismo rural es independiente del plan de acción de los moradores del recinto La Envidia. De acuerdo a resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado tabla 13 anexo 5, se aprecia que el valor calculado 15,435 es mayor que el valor crítico 2,71, con un nivel de confianza del 90% y 1 grado de libertad, se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, aceptando la hipótesis alternativa que las dos variables no son independientes. Ello indica, que la posibilidad de estar dispuestos a generar nuevos productos se relaciona con las propuestas de acciones y estrategias diseñadas.

Por otro lado, los resultados obtenidos de la prueba de chi cuadrado según la tabla 5, que el valor calculado 11,923 es mayor que el valor crítico 4,61, con un nivel de confianza del 90% y 2 grados de libertad, se rechaza la hipótesis nula de que las dos variables son independientes, aceptando la hipótesis alternativa que las dos variables no son independientes. Es decir, que la posibilidad de estar dispuestos a generar nuevos productos se relaciona con el impacto negativo de los moradores del recinto La Envidia.

El desarrollo empresarial se siente impulsado por el turismo a través del crecimiento y demanda de servicios, generando a la vez una demanda para la producción agrícola e industrial con el objetivo de satisfacer las necesidades creadas por el crecimiento turístico,

que a su vez tiene un efecto de empuje en el sector comercial tanto nacional como internacional, lo cual favorece el incremento del nivel de empleo especialmente local y contribuye a disminuir la migración y alivio de la pobreza (Estrella, Frías, 2017)

Además “la actividad turística tiene un carácter multisectorial dinámico con encadenamientos antes, durante y después de la prestación de servicios de turismo con el resto de la economía lo cual impacta positivamente en el ámbito económico, social, cultural y ambiental contribuyendo a mejorar la calidad de vida y el bienestar de todos los miembros de la sociedad. Por otro lado, es necesario manifestar que algunos estudios sobre turismo como cualquier otra actividad puede generar efectos negativos especialmente a las personas pobres pues en algunos casos la implementación de centros turísticos incide en el aumento del precio de las tierras y de las materias primas, genera incremento de diferencias socioeconómicas consecuentemente desigualdad y empobrecimiento y en otros casos destrucción de los ambientes naturales (Estrella, Frías, 2017)

Además, el turismo puede causar efectos ambientales negativos por lo que se debe considerar factores más amplios al implementar proyectos turísticos y no solo de carácter económico. Por otro lado, es necesario manifestar que algunos estudios manifiestan que turismo como cualquier otra actividad puede generar efectos negativos especialmente a las personas pobres pues en algunos casos la implementación de centros turísticos incide en el incremento de precios a los insumos generados reflejándose diferencias socioeconómicas consecuentemente desigualdad y empobrecimiento y en otros casos destrucción de los ambientes naturales (Thanh, 2018)

Tabla 5 Dispuesto a generar nuevos productos entre impacto negativo

Tabla de contingencia					
		Dispuestos a generar nuevos productos			Total
		Si	No		
Impacto negativo	Si	Recuento	3	2	5
		% del total	9,1%	6,1%	15,2%
	No	Recuento	21	0	21
		% del total	63,6%	,0%	63,6%
	Tal vez	Recuento	7	0	7
		% del total	21,2%	,0%	21,2%
Total	Recuento	31	2	33	
	% del total	93,9%	6,1%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,923 ^a	2	,003
Razón de verosimilitudes	8,360	2	,015
Asociación lineal por lineal	6,452	1	,011
N de casos válidos	33		

a. 4 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a
5. La frecuencia mínima esperada es ,30.

4.3.2. Discusión de los resultados en este nivel el objetivo esencial fue conocer la opinión de los turistas para plantear acciones turismo rural como alternativa de desarrollo.

Se aplicó una encuesta a los turistas que visitan el recinto y las cascadas del Zapanal con la finalidad de conocer la opinión de los visitantes para conocer respecto los motivos de visita el recinto al turismo, así como si conocen las modalidades de turismo rural sus preferencias y servicios que quisieran se les ofrezca y si es pertinente potenciar el turismo rural.

Los resultados obtenidos sobre las edades de los visitantes y los motivos de visitar al recinto y a las chorreras, de acuerdo a la tabla 6, los menores de 18 años realizan la actividad turística por estar en contacto con la naturaleza (8%) es divertirse en las cascadas (8%). Mientras que el grupo de 30 a 39 lo realizan por aventura y el grupo mayoritario de 19 a 29 años realizan la actividad por compartir con amigos y familiares. De acuerdo la tabla 14 anexo 5, al clasificar por género y el motivo de visita, se aprecia que el 54% hombres y 46% mujeres, son los hombres que opinan en forma mayoritaria mientras que el (23%), realizan esta actividad turística para compartir con familiares y amigos, así como también para visitar el recinto y las cascadas del Zapanal. Mientras el grupo minoritario de mujeres realizan esta actividad por tener un contacto con la naturaleza (13%) y conocer otros lugares (10%).

Así mismo, debido al auge y a la falta de conocimiento en el desarrollo y la planificación del turismo en el ámbito comunitario, la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), inicio sus actividades, una organización sin ánimo de lucro que reúne diversas iniciativas comunitarias de turismo en las tres regiones continentales del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía. Por su parte, el Ministerio de Turismo, con sede en la ciudad de

Quito, impulsó en el año 2002 la Ley N° 97 de Turismo, que entre otros puntos promueve la iniciativa y participación indígena y campesina, con su cultura y sus tradiciones, preservando su identidad y protegiendo su ecosistema.

Ante este escenario, muchos pensaron que el turismo comunitario se había convertido en una oportunidad para muchas comunidades de indígenas y mestizos ecuatorianos y en un modelo a seguir en otras regiones latinoamericanas. Sin embargo, después de más de tres décadas, esta actividad presenta hoy pocas comunidades con potencialidad de desarrollo y muchas experiencias marcadas por la incertidumbre se ha convertido, como señala Lyall (2011), citado por Palacios (2016), en un espacio disputado y tan amplio de debate que ya no se refiere a prácticas definidas, ni lógicas, ni claras con respecto al cómo y el porqué de un proceso de cambio socioeconómico, sino a muchas lógicas a veces contrapuestas (Palacios, 2016).

Sin embargo, de lo anterior, se puede concluir que la mayor parte de los estudios acerca del turismo han demostrado que el efecto que tiene el turismo en la economía de los países es positivo ya que permite potenciar el crecimiento económico por medio de la recepción de divisas extranjeras, generación de plazas de trabajo directo e indirecto, financiar inversiones de capital que promuevan el sector manufacturero, la mejora de la calidad de vida, incremento de ingresos, generación de encadenamientos productivos, etc. Lo que convierte a este sector en prioritario para el análisis en pos de potenciarlo (Estrella, Frías, 2017)

Tabla 6 Motivo de realizar la actividad turística

Tabla de contingencia Motivo de realizar la actividad turística * Edad del turista							
			Edad del turista				Total
			Menos de 18	19 a 29	30 a 39	màs de 50	
Motivo de realizar la actividad turística	Conocer otros lugares	Recuento	0	2	2	2	6
		% del total	0%	5%	5%	5%	15%
	Diversión	Recuento	1	3	0	1	5
		% del total	3%	8%	0%	3%	13%
	Contacto con la naturaleza	Recuento	3	2	2	0	7
		% del total	8%	5%	5%	0%	18%
	Compartir con amigos y familiares	Recuento	1	5	1	3	10
		% del total	3%	13%	3%	8%	26%
	Aventuras	Recuento	0	0	4	0	4
		% del total	0%	0%	10%	0%	10%
	Las cascadas	Recuento	3	1	1	1	6
		% del total	8%	3%	3%	3%	15%
	Conocer otras personas	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0%	3%	0%	0%	3%
Total	Recuento	8	14	10	7	39	
	% del total	21%	36%	26%	18%	100%	

En paralelo se aprecia tabla 15 anexo 5, los periodos mensuales que son de preferencia de los entrevistados son de enero a marzo (44%) y de octubre a diciembre (28%), mientras que el período de julio a septiembre es el menos utilizado (13%). Los periodos diarios más utilizados son de un solo día, es decir llegan en la mañana y retornan en la tarde (51%) y el segundo de dos a tres días (26%), para lo cual llevan carpas. De enero a marzo los turistas que visitan este lugar y lo realizan en un solo día representan el 28% del total. Así mismo se evidencia que los turistas visitan estos lugares generalmente en familia, tabla 16 anexo 5, se observa que el (49%) son amigos que se juntan realizar esta aventura (26%), otro grupo importante de turistas lo realizan en parejas (18%) con la finalidad de lograr recrearse y vivir aventura.

En correspondencia con los resultados obtenidos los investigados opinan que las actividades de turismo rural como se observa en la Tabla 7, estarían relacionadas al excursionismo en los ríos, cascadas y pesca deportiva es del 6% en segundo lugar, la observación de flora y fauna (15%). La necesidad de servicios y facilidades es evidente que, el 41% manifiestan en este sentido, así como también alojamiento (23%) y guías nativos (21%)

La actividad turística es una fuente económica muy importante para nuestro país por ello es de suma importancia la responsabilidad en la demanda y del uso del territorio, transporte, alojamiento, alimentación, entretenimiento, información e infinidad de servicios destinados a satisfacer las necesidades del turista o visitante.

Tabla 7 Interés de actividades de turismo rural y servicios

Tabla de contingencia Qué tipo de actividades agroturísticas le gustaría realizar en el recinto * Servicios turísticos que le gustaría acceder dentro del recinto							
		Servicios turísticos que le gustaría acceder dentro del recinto					Total
			Servicios y facilidades	Guías nativos	Alojamiento	Ventas de productos orgánicos y de artesanías	
Qué tipo de actividades agroturísticas le gustaría realizar en el recinto	Recorridos por las distintas fincas	Recuento	0	0	3	1	4
		% del total	0%	0%	8%	3%	10%
	Proceso de sembríos agrícolas	Recuento	2	0	1	0	3
		% del total	5%	0%	3%	0%	8%
	Degustación de comidas y bebidas típicas	Recuento	0	1	0	2	3
		% del total	0%	3%	0%	5%	8%
	Cosechas agrícolas recolección de frutos	Recuento	3	0	0	0	3
		% del total	8%	0%	0%	0%	8%
	Observación de flora y fauna	Recuento	2	0	1	3	6
		% del total	5%	0%	3%	8%	15%
	Excursionismo de los ríos, cascadas y pesca	Recuento	9	6	3	0	18
		% del total	23%	15%	8%	0%	46%
	Paseo a caballo	Recuento	0	1	1	0	2
		% del total	0%	3%	3%	0%	5%
Total		Recuento	16	8	9	6	39
		% del total	41%	21%	23%	15%	100%

4.3.3 Discusión de los resultados de la entrevista realizada a los directivos del cantón Pangua, cuyo objetivo fue plantear acciones para potenciar el turismo rural.

En este nivel se aplicó una entrevista para conocer la opinión de los directivos sobre la coordinación y apoyo a las familias del recinto, para desarrollar turismo rural en sus modalidades de agroturismo y turismo de aventura, manifiesta que tienen grandes retos para la población y la economía, impulsar el crecimiento y el desarrollo de las estructuras sociales económica es uno de los objetivos propuestos. Los recintos, las parroquias que muestran signos de pobreza extrema y en ocasiones carencia de servicios básicos, la oportunidad laboral está basado en la agricultura y ganadería; pero, las políticas gubernamentales están fomentando proyectos y programas, tomando en cuenta que existe una variedad de recursos con potencialidades turísticas que no son bien aprovechados por la población.

Contar con productos turísticos como: paisajismo, chorreras, cultura, producción agrícola, donde para los feriados nacionales son fechas donde la familia, amigos y/o conocidos se organizan para viajar y conocer algo nuevo en la que disfrutan de los paisajes naturales, a partir de ahí el turismo se debe fortalecer con los atractivos turísticos que posee el recinto.

Referente si es necesario proteger la flora y fauna atractivos naturales, elevar las costumbres, fiestas o tradiciones, hoy en día el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Medio Ambiente, promueve el desarrollo del turismo por ser generador de divisas; sin embargo, se tiene que proteger y conservar los recursos naturales. Pero es necesario capacitar y que la ciudadanía conozca las leyes que regulan la protección del medio ambiente. Así mismo, difundir en las fiestas patronales la cultura y tradiciones que tiene la provincia, los cantones y los recintos.

En paralelo otros autores han analizado este comportamiento con un enfoque multidisciplinario, tratando de definir las características de los "emprendedores verdes" (también llamados "ecopreneurs") frente a otro tipo de emprendedores. Analizar las diferentes motivaciones de los empresarios teniendo en cuenta el impacto de la economía y la estructura social, que abordan cuestiones relacionadas con las razones por las que las

empresas se centran en la sostenibilidad, e incluso considerando diferentes variables de comportamiento, actitudinales o cognitivas (Villanueva, Mondejar y Zaes, 2017)

En opinión las autoridades deben trabajar más y dar más atención al cuidado del sector, además se deben encargar de fortalecer los atractivos turísticos, capacitarse en la competencia de actividades turísticas para que los visitantes tengan una perspectiva de cómo son tratados y brinden un servicio agradable. Además, el Municipio y el Ministerio de turismo, están planteando un proyecto para potenciar el turismo, obligatorio que se invierta en el recinto y que beneficie a las familias del sector.

Los resultados muestran que existen atractivos sin embargo no existe señalética necesaria en los senderos turísticos de esta manera los visitantes podrán guiarse e informarse de lo que pueden hacer dentro del recinto y las chorreras, para que no maltraten el hábitat de la naturaleza. Las señales de orientación servirán de mucha ayuda para que los turistas se auto guíen dentro del recorrido sin un guía y que puedan interpretar las señales. Las señales informativas de actividades servirán para la realización de las mismas. Las señales informativas de servicios indicarán las facilidades turísticas que posee donde se encuentre el atractivo. Las señales de protección ambiental indicarán algún tipo de restricción que pueda perjudicar a la naturaleza y por ultimo las señales informativas con flora y fauna mostrarán el nombre de las especies que se encuentren en el lugar para mayor información de los turistas.

Es necesario proteger la flora y fauna atractivos naturales, elevar las costumbres, fiestas o tradiciones, hoy en día el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Medio Ambiente, promueve la conservación y protección, pero es necesario capacitar, además de difundir en las fiestas patronales la cultura y tradiciones que tiene el cantón y por ende el recinto.

En criterio de Villanueva, Mondejar y Zaes (2017) El turismo rural es una alternativa complementaria en ciertas áreas de otras actividades tradicionales, como la agricultura, la ganadería y otras industrias primarias La planificación de actividades en la naturaleza abre una amplia gama de posibilidades para complementar lo tradicional alojamiento en enclaves con gran atractivo paisajístico y medioambiental.

En este sentido, la gestión del turismo enfrenta muchos desafíos que pueden influir en su actividad en el futuro. La correcta gestión y planificación de las empresas turísticas, así como su integración en la economía rural, debe ser dos de las herramientas más importantes aplicadas para lograr la sostenibilidad del turismo rural (Villanueva, Mondejar y Zaes, 2017)

4.4. CUADRO DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICO

De acuerdo al Inventario de turismo del cantón Pangua se procedió a enlistar los atractivos que tiene el recinto La Envidia, Parroquia Moraspungo, cantón Pangua. (Tabla 8)

Tabla 8 Atractivos turísticos del recinto La Envidia Parroquia Moraspungo

Provincia: Cotopaxi		Cantón: Pangua			Parroquia: Moraspungo
CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO					Descripción
Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	JRQ	
1	Cascada Natural	Cascadas	Cascadas	II	En una longitud aproximada de 2 kilómetros, el río Zapanal da origen a un conjunto de caídas de agua formando un sistema de cascadas y pozas. El recorrido desde el lugar en donde inicia el sistema de cascadas dura aproximadamente 40 minutos (siguiendo el caudal del río) hasta llegar a las cabañas en donde el visitante puede disfrutar de un merecido descanso y tomar un baño en unas de sus pozas de 7 metros de profundidad o a su vez elevar la adrenalina deslizándose por el tobogán natural de aproximadamente 10 metros
2	Carnaval de Moraspungo	Manifestación Cultural	Fiesta programada	I	Las autoridades de los gobiernos locales, como es el caso del Gobierno Municipal de Pangua y la Junta Parroquial, organizan eventos como: La serenata carnavalesca, exposición de platos típicos, el desfile de comparsas y carros alegóricos, elección de la reina del carnaval del Cantón Moraspungo, shows artístico en la plaza central, miss camiseta mojada, elección de mis tanga, presentación de artistas, etc., actividades que cada año atrae el interés de turista nacionales y extranjeros.
3	Fiesta de Parroquializacion	Manifestación Cultural	Fiesta programada	I	Moraspungo celebra su fiesta de parroquialización el 1 de julio, se inicia con el embanderamiento de la parroquia, seguido de un sinnúmero de actos como: retreta musical, pregón de las fiestas elección y coronación de la reina, encuentros deportivos, concurso de gallos, misa de acción de gracia, desfile cívico militar, juegos pirotécnicos, verbenas populares, etc., actividades que cada año atrae el interés de turista nacionales y extranjeros.
4	Piedra de la Cruz	Manifestación cultural	Etnografía (ja)	II	Esta piedra está cubierta por petroglifos (tallado en piedra), hasta la actualidad no se han realizado estudio que describan el origen de los grabados, pero permite al visitante crear su propia interpretación. La ruta va desde El Corazón, Moraspungo, Las Juntas, Guapara, Entrada a las 4 y Santa Rosa Alta, en tiempo aproximado en 1 hora.
5	Poza Azul	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	i	Su nombre se debe a la coloración azulada de sus aguas, un lugar propicio de relajación en sus aguas. se puede llegar desde el corazón

FODA

Se determinó la estructura FODA de acuerdo a la observación y análisis que se realizó en el

recinto y del estudio de mercado para llegar a una solución o mejorar cada una de las características, en la cual se detalla a continuación tabla 9. Basándose en los resultados del diagnóstico realizado el árbol de problemas y el comportamiento de los escenarios contruados, se procede a determinar el posicionamiento estratégico del objeto de estudio. En este sentido, lo primero a desarrollar son las matrices de factores internos (MEFI) y factores externos (MEFE). Esto permitirá posteriormente construir la matriz DAFO. Se determinó la estructura FODA de acuerdo a la observación y análisis que se realizó en el recinto para llegar a una solución y potenciar el turismo rural.

Tabla 9 Análisis Interno y Externo Fortaleza-Debilidades, Análisis Externo Oportunidades y Amenazas

(I)Fortaleza	(E) Oportunidades
• Sitios con potencial turísticos • Tiene vías de acceso desde la Maná y Pangua • Fortalecimiento con la intervención del Ministerio de Ambiente del Ecuador en las áreas protegidas • Cuenta con producciones agrícolas y actividades pecuarias. • Ingreso del transporte “Flota Macuchi y Rio San Pablo” al recinto. • Cuenta con atractivos chorreras, flora y fauna. • Recursos turísticos con buen estado de conservación • Interés del recinto para el desarrollo de proyectos de turismo comunitario	• Apoyo por parte del GAD Municipal de Pangua • Difusión como un atractivo turístico a futuro en las redes sociales. • Generar nuevos productos turísticos: cuenta con atractivos y fincas con producciones agrícolas y pecuarias • Inversión de empresas en servicios turísticos en el recinto: como las agencias, transportes. • Posicionamiento de una operadora turística. • Beneficio económico a la población local (hospedaje, restaurantes, etc. • Convenios con empresas turísticas.

(I) Debilidades	(E) Amenazas
• Inadecuada protección de la flora y fauna. • Inexistencia de calidad en los servicios turísticos. • Desconocimiento del turismo rural por parte de la población. • Ausencia de señalética turística. • Desconocimiento de las poblaciones aledañas de los recursos turísticos que posee el recinto La Envidia • Vías empedradas en el recinto La Envidia • Falta de inversión por parte de los propietarios y apoyo del GAD. • Insuficiente promoción turística. • Débil fomento en emprendimientos de las actividades turística a nivel cantonal. • Talento humano con bajos niveles de formación y capacitaciones. • Carencia de normativas locales para realizar actividades turísticas.	• Cambio climático. • Crisis económica mundial • Caserías de especies nativas. • Competencia en el mercado por la existencia de mejores productos turísticos.

Elaborado por: Autor

Como resultado, se obtuvieron y seleccionaron los escenarios más probables y, sobre la base de ellos y los problemas fundamentales de las del turismo rural, se procede a realizar el diagnóstico interno y externo. Para ello se construyeron las matrices MEFI y MEFE. Como se observa en el (anexo 6), se obtiene en la Matriz MEFI un valor ponderado total de 1,57 y en la MEFE un valor 3,05.

Siguiendo la lógica expositiva del procedimiento aplicado seleccionan aquellos factores que obtuvieron valores de uno (1) y cuatro (4) como base para la construcción de la matriz FODA. Los resultados indican que el objeto de estudio tiene los mayores impactos en el cuadrante tres, de lo cual se deduce que deben orientarse las estrategias de tipo defensivas, sustentado en la ponderación de las matrices de factores internos y externos, tabla 10. Las estrategias

que se propongan deben tener como objetivo atenuar las debilidades, para lo cual deben considerarse todas aquellas oportunidades existentes.

En el análisis del posicionamiento estratégico de resultados (PER) atendiendo a los resultados, que, para potenciar el turismo rural en las modalidades agroturismo y turismo de aventura en el recinto y las unidades productoras de productos agrícolas, se requiere del aprovechamiento de las oportunidades de mayor impacto.

Tabla 10 Mapa de necesidades y alternativas de solución

Problema	Causa	Efecto	Solución
Desconocimiento del turismo rural por parte de la población.	Escaso conocimiento sobre el turismo rural	Desaprovechamiento de los recursos turísticos	Capacitaciones por parte del GAD de Pangua y el departamento de turismo.
Talento humano con bajos niveles de formación y capacitaciones	Nivel de educación media	Carencia de proyectos o emprendimientos en planificación y organización.	Capacitaciones por parte del Ministerio de turismo y la Universidad
Falta de propuestas de proyectos o emprendimientos, falta de inversión por parte de los propietarios y apoyo del GAD.	Desconocimiento en la gestión y participación para propiciar emprendimientos o proyectos turísticos.	Poco aprovechamiento de los atractivos naturales y la producción agrícola y pecuaria como potencial turístico.	Promueve desarrollo de emprendimientos para turísticos con el apoyo de alianzas estratégicas entre sector público y privado.
Ausencia de señalética turística.	Inexistencia de señaléticas e información del recinto y el sector.	Falta de inversión en los recursos turísticos potenciales del recinto.	Planificación adecuada para el diseño y aplicación de señalización correspondiente.
Desconocimiento de las poblaciones aledañas de los	Inexistencia de información turística de los	Poca influencia de visitantes	Diseñar una plan de marketing mix para la difusión de la

recursos turísticos que posee el recinto La Envidia	principales atractivos del recinto.		misma
Vías empedradas en el recinto La Envidia	Falta de inversión en obras públicas como asfaltado.	Dificulta de movilización de ingreso al recinto en temporalidad de invierno	Realizar la gestión ante al GAD de Pangua y la Maná para el asfaltado de la vía principal del recinto

Elaborado por: Autor del proyecto

4.5. ACCIONES PARA POTENCIAR EL TURISMO RURAL

El mundo rural es uno de los desafíos mayores que enfrentan hoy las sociedades modernas. Éste ha cambiado: los desafíos que hoy día enfrenta no tienen nada que ver con los que se enfrentaba antes y las estrategias para hacerlo también son distintas a las del pasado. Según Martínez citado por Plaza (2013) El espacio rural en forma creciente se vuelve multifuncional, acogiendo un importante número de diversas actividades económicas, tanto de transformación como de servicios, cumpliendo funciones residenciales y varias otras estrechamente ligadas con la naturaleza como son turismo y recreación. La nueva ruralidad es menos “agraria”, pero no por eso menos dinámica y activa. Desde la óptica económica ello significa transitar desde una economía agraria hacia el desarrollo de una economía rural. Una manera de dar cuenta de lo anterior, es reconocer al turismo rural como una estrategia de intervención válida, sostenible y sustentable para el medio rural y en especial para la agricultura familiar campesina, ya que se reconoce en ella un elemento constitutivo significativo del futuro del sector agropecuario y de la ruralidad chilena (Plaza, 2013).

En la última década el Ecuador ha venido potenciando el turismo rural, de ahí que con el estudio realizado se plantea varias acciones, que permita plantear proyectos o emprendimientos que mejoren la calidad de vida de las familias con responsabilidad y protegiendo la flora y fauna.

Las acciones están encaminadas a la organización que requiere de la participación social y gubernamental, integrando un conjunto de objetivos, estrategias, acciones viables que permita una ejecución sostenible y sustentable de los recursos del recinto. Por lo tanto, se

consideraron los diferentes criterios de la población del recinto y propietarios que poseen fincas con recursos potenciales, con el objetivo de promover la afluencia de visitantes o turistas en los diferentes sitios lo cual contribuirá al incremento de sus ingresos económico y una mejor oportunidad de vida.

Elementos estratégicos

Planificar, informar y difundir información. Esto referido, en primer lugar, a las actividades típicas que se realizan en el recinto, las cuales están enfocadas mayoritariamente a la población urbana, por lo que frecuentemente los habitantes rurales no se informan sobre ellas. Además, los atractivos turísticos también son desconocidos por gran parte de la población, y más aún para habitantes de otros cantones, pues no existe difusión y señalización como información turística. Se hace necesario una mayor planificación por parte de los gobiernos locales especialmente el Ministerio de Turismo, más divulgación y difusión de sus diversos ámbitos entre los habitantes, a través de la elaboración de material gráfico (trípticos, folletos, Vallas) y un plan de medios de comunicación, como prensa escrita y electrónica, además de un sitio web que otorgue información constante sobre la actividad turística del cantón y del recinto.

- Incentivar a las actividades y desarrollo de proyectos de emprendimientos turísticos, orientados a destacar los atractivos naturales, culturales, apreciar los cultivos y su producción como; banano, cacao, caña de azúcar, zapote, naranjas, achotillo, entre otros.
- Estimular e incorporar capacidades y conocimientos a los habitantes rurales que se desenvuelvan en la actividad, o que vean en ella una posibilidad de diversificar sus ingresos. Estos programas deben estructurarse de acuerdo a las limitaciones y potencialidades que presenta el recinto y considerando las características del territorio rural. Para complementar lo anterior, se deben establecer planes y programas de capacitación a los funcionarios de gobiernos locales, provinciales y regionales para instruirlos mayormente en la gestión del turismo rural.
- Considerar los indicadores de impactos para evitar los daños al medio y ambiente y a la localidad y sin la reducción de los visitantes. Gestionar y orientar sobre el

financiamiento y la coordinación institucional en mejora y entrega de financiamiento, que se realice en forma directa o como intermediario entre la banca privada y el sector público

- Mejoramiento de infraestructura y equipamiento es necesario que en acción conjunta público-privada, especialmente del sector público, se centre la atención en generar mejoras en aspectos relacionados con la entrega de servicios básicos (alcantarillado y agua potable), infraestructura y equipamiento, por lo que se hace necesario entregar servicios regularizados, con más comodidades para los turistas, que incentiven su estadía y entretenimiento, satisfaciendo así las expectativas de los visitantes, participación de la comunidad local.
- La participación de las familias rurales es una falencia identificada en el análisis realizado, siendo la interacción entre actores locales de la comunidad, la cooperación como la asociación, factores claves para impulsar el desarrollo, en esta perspectiva, surge el concepto de capital social, que se refiere a la habilidad de las personas de trabajar juntas por un objetivo común en grupos y organizaciones. La habilidad para cooperar voluntariamente depende del grado en que las comunidades compartan normas y valores capaces de subordinar intereses individuales a aquéllas del grupo.
- Cooperación estratégica entre autoridades del GAD. El desarrollo territorial exige requisitos previos, como la existencia de un compromiso entre las comunidades locales y un diálogo abierto entre representantes políticos e institucionales, además de agentes socio-económicos locales. El recinto La Envidia tiene la necesidad de ser dotado de componentes necesarios, tangibles e intangibles, a fin de crear el entorno socioeconómico, institucional y cultural favorable a las actitudes innovadoras a escala local.

En paralelo se requiere de redes de turismo rural. Además de la importancia que tiene las entidades ligadas a la actividad turística, como el Ministerio de Turismo y la Cámara de Turismo, el GAD y los prestadores de servicios turísticos, las Instituciones de Educación Superior se asocien y relacionen entre ellas, y establezca convenios de cooperación para el desarrollo del turismo rural que sea sostenible y sustentable, a partir del análisis se plantean las estrategias.

Estrategias de planificación

Se plantean acciones en función de los diferentes análisis realizados además de generar una idea clara al desarrollo turístico. A continuación, se presentan las estrategias para implementar el turismo rural.

Estrategia de Organización

Instituye que lo involucrados participen en el proceso de tomas de decisiones promoviendo una adecuada coordinación, facilitando el desarrollo local.

Estrategias de Coordinación

Desarrollar participación activa de los involucrados, comunidades beneficiarias y prestadores de servicios turísticos.

Objetivo:

Promover la participación, coordinación de los diferentes representantes de los diferentes sectores.

Actividades:

Incentivar iniciativas que establezcan acciones de coordinación y comunicación de los representantes locales.

- Fortalecer el desarrollo turístico a través de una adecuada dirección.
- Delinear directrices de coordinación y procedimientos para una adecuada organización

Estrategia de capacitación

El talento humano debe estar capacitado de acuerdo a la competencia para garantizar la competitividad y ofrecer un servicio con calidad, las capacitaciones deben ser en turismo rural, en emprendimientos de negocios turísticos, en temas ambientales, legales, en atención a clientes estas capacitaciones deben realizar convenios con instituciones de educación con miras al desarrollo turístico.

Objetivo:

Perfeccionar los conocimientos a través de seminarios o capacitaciones periódicamente para el mejoramiento en la calidad del servicio a fin a su función

Actividades:

- Esbozar programas de capacitaciones enfocadas al desarrollo, calidad y atención turística.
- Realizar convenios con Entidades públicas, Universidades, para que ofrezcan capacitaciones charlas o seminarios
- Establecer un programa de capacitación al gobierno local en temas de gestión de turismo rural.

Estrategia de Infraestructura

Los visitantes requieren de servicios básicos, y los prestadores de servicio deben brindar las seguridades y de esa forma se garantiza el bienestar de los turistas, y garantizar la competitividad

Objetivo:

Diseñar las rutas turísticas y diseños de las señaléticas para los senderos en las iniciativas turísticas del recinto.

Actividades:

- Proponer diseños de señaléticas con los costos de acuerdo a las características del Ministerio de turismo.
- Gestionar la participación de las entidades públicas, y privadas para el financiamiento
- Ejecutar el desarrollo de la infraestructura con los beneficiarios directos.

Estrategias Marketing Mix para promover los atractivos

El recinto La Envidia posee potencialidad recursos turísticos a partir de ahí se desarrolla actividades a realizarse en función de las variables: de producto, precio, plaza y promoción en el cantón recinto la Envidia en un periodo de tres años con el fin de lograr la implementación, ejecución y desarrollo de los emprendimientos.

Producto

La estrategia de producto busca generar un mercado competitivo a través la identidad visual corporativa (logotipo y slogan); el portafolio de productos en el que se incluirán las actividades de ocio y recreación que se pueden realizar durante las visitas; logrando constituirse en una marca turística.

Objetivo:

Estimular el desarrollo turístico en el recinto La Envidia para generar un alto posicionamiento al sector turístico logrando una mayor expectativa al visitante.

Estrategias:

- Implantar una marca turística con el fin establecer una identidad única del recinto
- Promover programas de concientización socio-cultural que permita al recinto un crecimiento a corto con un beneficio a largo plazo.
- Diseñar estrategias que permitan fomentar nuevas actividades turísticas con el objetivo del aprovechamiento de los recursos naturales que tiene el cantón.
- Implementar ferias turísticas gastronómicas para ampliar la oferta e influir en la mente del consumidor

Acciones:

- Los puntos de información turística estarán ubicados en sitios estratégicos el cual brinde información turística del recinto.

- Diseño de un logotipo y slogan el cual logre tener una mayor aceptación y reconocimiento tomando en cuenta los aspectos fundamentales del recinto. .
- Las nuevas actividades turísticas deben de estar en tendencia con el mercado generando impacto de las personas que visitan el recinto,
- Las ferias gastronómicas serán impulsadas en fechas especiales del recinto estimulando producto del beneficio para el recinto y los habitantes.
- Generando un ambiente confortable y seguro prestando la atención con calidad y calidez donde los turistas y visitantes se sientan satisfecho.

Precio

Esta herramienta es fundamental ya que permite desarrollar políticas de precios competitivos y sirve de instrumento al mercado turístico obteniendo ventajas, sin olvidar aquellos factores internos y externos.

Objetivo:

Desdoblar políticas fijando precios competitivos en el mercado, analizando las actividades turísticas que se potencien en el recinto.

Estrategias:

- Establecer una investigación de mercado.
- Enunciar encuestas y sondeos de opinión pública.
- Concretar estrategias que permita la captación de turistas

Acciones:

- Se tendrá que estandarizar los precios analizando los principales competidores que existen en el mercado turístico.
- Identificar las principales necesidades y expectativas de los visitantes que acudan al recinto y sector.
- Conseguir captar a posibles visitantes a través de promociones, descuentos en fechas festivas o feriados con el propósito de posesionarse.

Plaza

Permite influir directamente al turista a través de canales de información como páginas web y hojas volantes, permitiendo al recinto un posicionamiento en el mercado turístico regional, nacional e internacional.

Objetivo:

Ofrecer información detallada para mantener relación directa y personalizada cuya finalidad es influir en los turistas para que visiten el recinto.

Estrategias:

- Creación de página web, hoja volante, uso de facebook medios radiales.
- Establecer alianzas estratégicas que permitan promocionar los recursos turísticos de una manera eficaz.

Acciones:

- Proporcionando al cliente el acceso a través de una página web interactiva y dinámica hojas volantes llamativas, que facilite los procesos de comunicación de los usuarios.
- Realizar un seguimiento permanente con el propósito de evaluar y analizar aspectos importantes que permita verificar el número de turistas y visitantes que acudan al recinto y medir el grado de satisfacción.
- A través de convenios del GAD municipal con agencias de viajes o tour operador que permitan promocionar y persuadir a los visitantes.

Promoción

Esta estrategia es importante ya que motiva al turista, a través de campañas publicitarias, charlas, seminarios y canales de información, logrando aumentar un mayor número de visitantes al recinto.

Objetivo:

Diseñar un plan de Marketing turístico para promocionar el recinto con sus atractivos naturales y generar interés de los visitantes

Estrategias:

- Realizar campañas publicitarias utilizando medios idóneos de comunicación que den a conocer el recinto
- Impulsar charlas y seminarios con personal capacitado que brinde información relevante para mejorar la calidad turística

Acciones:

- La publicidad se llevará a cabo por redes sociales, vallas publicitarias y radio, hojas volantes.
- Se realizará través de convenios del GAD municipal aprovechando instituciones superiores para que brinden asesorías en el desarrollo de congresos, ferias y seminarios con el fin de promocionar el recinto

Desarrollo de la estructura organizacional y socio-cultural

Consiente en el fortalecimiento del talento humano a través de cursos, seminarios de capacitación institucional, estimula la asociatividad y acciones para emprendimientos e impulsa el desarrollo.

Estrategias:

- Fortalecimiento del talento humano con el fin de mejorar la calidad técnica en la administración de los negocios.
- Aumentar la demanda turística del recinto
- Crear un proyecto de formación y capacitación para los emprendimientos turísticos del recinto.

Acciones:

- Desarrollar programas de capacitación
- Construir acciones para que los emprendimientos turísticos administren de una manera eficaz.

- Motivar al trabajo comunitario de micro y medianas empresas turísticas con el fin de generar productos turísticos para el turismo local.
- Propulsar el desarrollo turístico sostenible y sustentable en el territorio.
- crear información para la toma de decisiones en la actividad turística.
- Promover la Conciencia Turística en la comunidad local.
- Desarrollar manuales de procedimiento.
- Diseñar un plan de mejoramiento a la calidad de los servicios turísticos

Permite el fortalecimiento institucional del talento humano a través de programas de capacitación institucional, estimula la asociatividad y acciones para emprendimientos e impulsa el desarrollo.

Estrategia de protección ambiental

Consentir una concientización para dar solución a los posibles problemas ambientales a través de buenas prácticas ambientales, campañas o programas de cuidado ambiental y generar un turismo rural sostenible y sustentable.

Estrategia:

Fortalecer, promover y garantizar el desarrollo de un turismo sostenible y sustentable

Objetivo:

Concretar un modelo de turismo sustentable con calidad turística y buenas prácticas ambientales

Acciones:

- Delinear acciones que contribuyan en la conservación y protección de los recursos naturales
- Diseñar proyectos de buenas prácticas ambientales
- Instaurar campañas de cuidado del ambiente

Estrategias de servicio y calidad

Esboza una visión integral en seguridad y calidad turística, con programas y proyectos basados en una eficiencia turística estandarizada.

Objetivo:

Brindar seguridad al turista a través de un ambiente confortable y de satisfacción al visitante

Acciones:

- Establecer la concientización turística a nivel local y nacional
- Crear programas de capacitaciones en atención al cliente
- Diseñar planes y programas que estén sujetos a promover y difundir una cultura de respeto en la preservación del recurso
- Diseñar un proyecto de certificación de calidad turística
- Generar un código de ética profesional y de organizaciones

Además, se propone directrices de un plan de acción que permitió incentivar a los beneficiarios incentivarse a ser parte del desarrollo turístico del recinto La Envidia (anexo 7)

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Para la validación de las estrategias y acciones propuestas a través del método de expertos se seleccionaron los siguientes criterios: El cuestionario enviado a los expertos se observa en el (anexo 8) mientras que los resultados obtenidos se observan a partir del análisis efectuado se seleccionan 9 expertos.

Para la validación de las estrategias a través del método de expertos se seleccionaron los siguientes criterios:

Estrategias viables

Actualidad de las estrategias

Coherencia lógica de las estrategias

Consistencia metodológica de las estrategias
 Factibilidad de la aplicación de las estrategias
 Importancia de los beneficios esperados
 Valoración general de las estrategias

A los expertos se les envió vía correo electrónico las estrategias y acciones, así como un cuestionario para que valoren los factores anteriores, tal como se muestra en la figura 6. Se observa la media obtenida en cada uno de los indicadores.

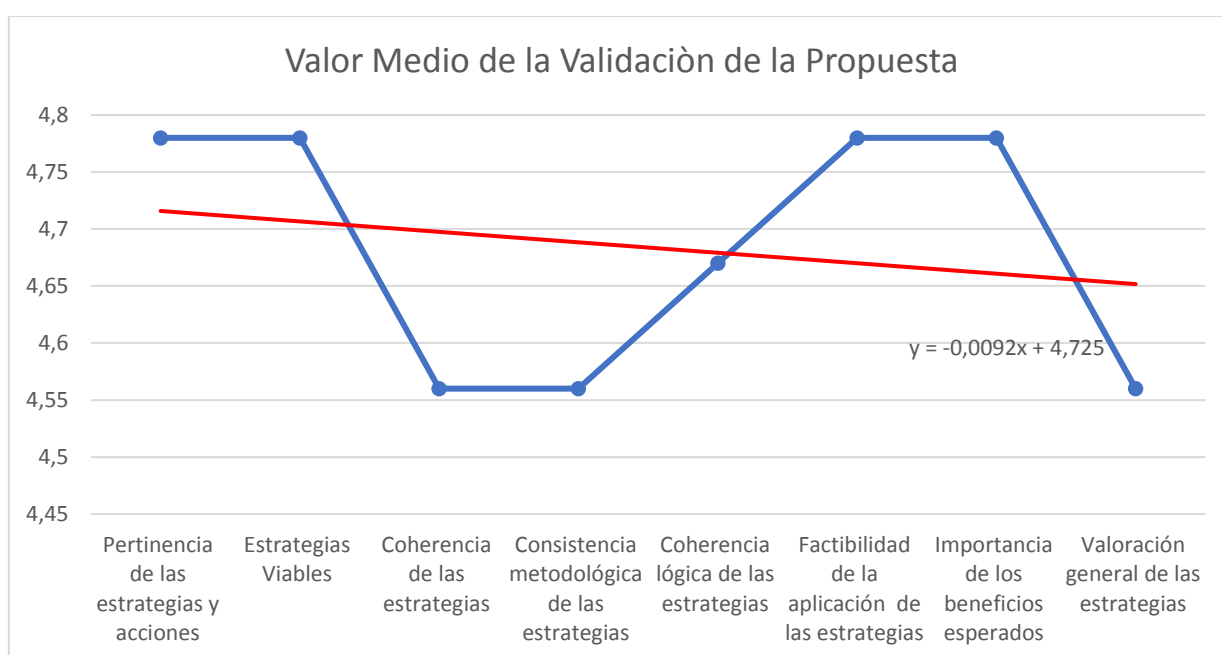


Figura 6 Valor medio de la validación de la propuesta

Para complementar el análisis se aplica el Método de ANOCHI, cuyos resultados se observan en el (anexo 9). Los resultados obtenidos muestran en general, un nivel de concordancia bueno entre los expertos. Por lo tanto, los resultados permiten concluir que el grupo de expertos encuestados validan las estrategias y las acciones diseñadas propuesto para el desarrollo del turismo rural en el recinto la Envidia.

Socialización de las estrategias y acciones propuestas a los directivos, representantes del Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Pangua (2), presidente de la comunidad. (1) y moradores del recinto, propietarios de unidades agrícolas o fincas (5), en un total de 8.

Con la finalidad de validar las estrategias y acciones a través del criterio de los usuarios se decidió emplear la técnica de IADOV. Se aplicó a los asistentes a la socialización. La técnica de IADOV, en la tabla 11, se observa los resultados obtenidos según los criterios de valoración que se establecen a través de las relaciones entre las tres preguntas cerradas, las cuales se evidencian en el cuadro lógico de **IADOV**, El número obtenido por cada usuario indica su nivel de satisfacción, enmarcado en el siguiente orden:

Clara satisfacción

Más satisfecho que insatisfecho

No definido

Más insatisfecho que satisfecho

Clara insatisfacción

Contradictoria

Tabla 11 Resultados obtenidos a través de la técnica de IADOV

Resultados del cuadro lógico de IADOV

	Pregunta 1								
	Sí			No sé			No		
Pregunta 4	Pregunta 5								
	Sí	No sé	No	Sí	No sé	No	Sí	No sé	No
Me gusta mucho	1	2	6	2	2	6	6	6	6
	(5)			(1)					
Me gusta más de lo que me disgusta	2	2	3	2 (1)	3	3	6	3	6
Me es indiferente	3	3	3	3	3 (1)	3	3	3	3
Me disgusta más de lo que me gusta	6	3	6	3	4	4	3	4	4
No me gusta	6	6	6	6	4	4	6	4	5
No puedo decir	2	3	6	3	3	3	6	3	4

Cálculo del Índice de Satisfacción Grupal (ISG)

$$ISG = \frac{A (+1) + B (+0,5) + C (0) + D (-0,5) + E (-1)}{N}$$

$$ISG = \frac{5 (1) + 2 (0,5) + 1 (0)}{8} = 0,75$$

Los resultados obtenidos se observan en la tabla 11, se resume el nivel de satisfacción individual de las ocho autoridades, beneficiarios consultados; como se través de este análisis se aprecia el 62,5% evidencia una clara satisfacción con el plan propuesto y las estrategias.

Tabla 12 Resumen de la satisfacción individual de los usuarios de las estrategias y acciones propuestas

Criterio	Cantidad	%
1. Clara satisfacción	5	62,5
2. Más satisfecho que insatisfecho	2	25
3. No definido	1	12,5
4. Más insatisfecho que satisfecho		
5. Clara insatisfacción		
6. Contradictoria		
Total	8	100

Con la información obtenida se calculó el índice de satisfacción global, obteniendo un valor de 0,75 lo que evidencia la aceptación general de la propuesta, tal como se observa en la figura 7.

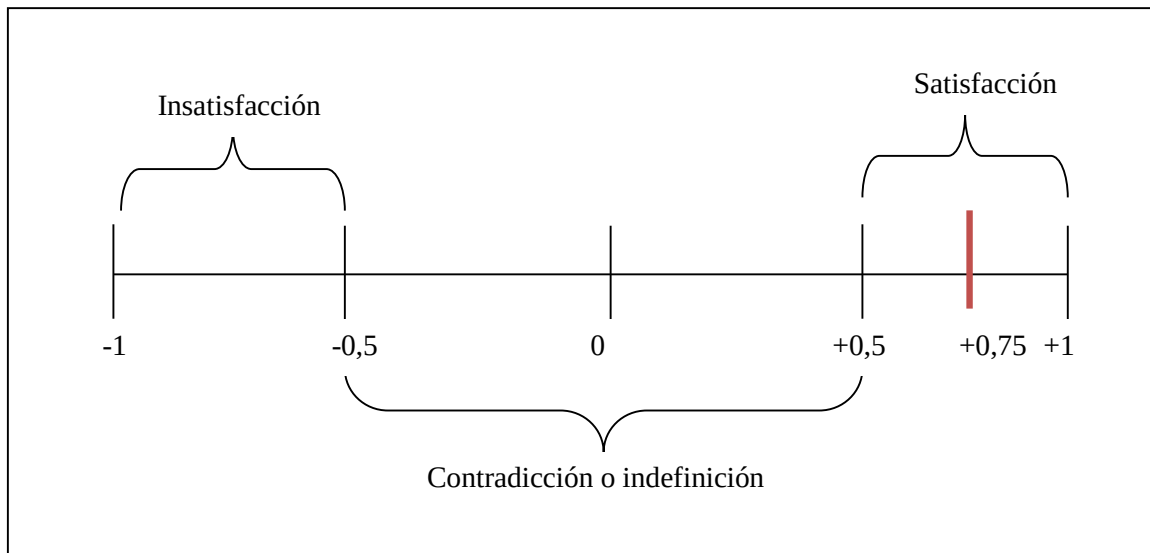


Figura 7 Satisfacción general de los usuarios respecto a las estrategias y acciones propuestas

Validación de la propuesta

Atendiendo a lo anterior, se puede concluir que los usuarios de la investigación validan la propuesta. Las estrategias y acciones propuestas poseen un enfoque sistémico, de contingencia y proactivo. Asimismo, cuenta con actividades a realizar para el desarrollo y comprensión de los beneficiarios, en las modalidades de agroturismo y turismo de aventura.

Las estrategias y acciones validadas a través del método de expertos, para lo que se seleccionaron nueve expertos de competencia en el tema. La propuesta fue validada a través de ocho criterios obteniendo resultados óptimos. Para validar las estrategias a través del criterio de los usuarios se seleccionaron autoridades del GAD de Pangua, presidente del recinto y productores de las fincas productivas, administradores (propietarios de las fincas), a los mismo que se les aplicó la técnica de IADOV, obteniéndose un índice de satisfacción general de 0,75, lo que permite obtener un índice de concordancia bueno entre los expertos.

5.1. CONCLUSIONES

El turismo es una actividad que por las características propias del recinto La Envidia, una de las actividades que realizan las familias permitiéndoles tener ingresos económicos en menor proporción, las familias del sector en un porcentaje mayoritario se dedican a las actividades como la agricultura seguida del comercio, pecuaria, entre otras, desprendiéndose del estudio que el nivel de formación de los pobladores en su mayoría es secundario, y obtienen ingresos en promedio inferior a los 400 dólares, la localidad cuenta con recursos naturales, paisajístico propio de la zona, contando con recursos para la atracción de los visitantes para su disfrute y recreación.

Mediante los resultados se observó que la zona es propicia para promover y desarrollar turismo rural en las modalidades fundamentalmente el agroturismo y turismo de aventura, en torno a la producción agrícola y pecuaria propia de la población, además tiene la predisposición de participar con emprendimientos, mediante el análisis del FODA y de la encuesta realizada existe interés en fomentar el turismo rural en sus modalidades agroturismo y turismo de aventura con el apoyo gubernamental, el GAD de Pangua y su comité administrativo del recinto, mediante en el desarrollo del turismo, sostenible, que beneficie las familias y su entorno para apalejar la situación socioeconómica en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Los actores beneficiarios que integran la comunidad y autoridades tienen la predisposición de acoger las estrategias diseñadas en el ámbito de organización, planificación y de coordinación en un total de 21 estrategias y 29 acciones, las mismas que integran pautas a seguir en la potenciación del agroturismo y turismo de aventura, además se planteó una estructura de un plan de acción mediante las estrategias propuestas donde se resalta la capacitación dirigida a los propietarios, se diseñó tres rutas agroturísticas, senderos, señalética turística y pictogramas con la responsabilidad de cada uno de los propietarios; también se desarrolló como estrategia un marketing mix para la promoción de los atractivos del recinto así como una página facebook, diseño de slogan, hoja volante, cuñas radiales, además, se estableció precio referencial para cada ruta y un paquete turístico de dos días y una noche, la propuesta fue validada por expertos y socializada con las autoridades y beneficiarios de la comunidad.

5.2. RECOMENDACIONES

Aplicar el proyecto genera un impacto local, donde el principal anfitrión serán los pobladores del recinto La Envidia, por tal razón se organizarán en función del desarrollo de las tres rutas agroturísticas y turismo de aventura con el apoyo de los gobiernos seccionales de turno en el factor social, donde presten sus servicios de forma directa en beneficio de los habitantes del sector.

Se sugiere realizar una planificación, organización, ejecución y control en el desarrollo administrativo y operativo en cuanto a las estrategias y acciones planteadas en la potenciación del turismo rural en función de generar las facilidades y servicios complementarios en cada una de las fincas y mayor diversificación de productos y servicios ofertados.

Realizar manejos ambientales por parte de las autoridades competentes para que exista la protección y conservación de los atractivos naturales; capacitar a los servidores turísticos del recinto y cantón Pangua, así como a las familias del sector con temas de conservación y preservación de los recursos naturales, con las normativas ecuatorianas vigentes para que exista un desarrollo sostenible de las tres rutas agroturísticas y cascadas.

Bibliografía

- Acevedo, L. (2008). Ecoturismo indígena. Quito: Abya-Yala.
- Alcívar, I., Bravo, O. (2017) Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. Volumen 1.. Nume. 9. Resvistas Esperales. ISSN 2550-6862
- Aliu, Armando (2016). Cooperación y participación en el proceso de planificación y desarrollo turístico. Universidad de Hamburgo – Alemania. Estud. perspect. tur. vol.25 no.1 Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Balestrini Acuña Mirian (1999) "Procedimientos Técnicos de la Investigación Documental" Editorial. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A, México.
- Barrera, E. (2002). Fundamentos económicos del turismo rural y evaluación del recurso turísticos. Modulo Educación a Distancia Posgrado de Alta Dirección en Turismo Rural. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires.
- Boullón, R. & Boullón, D. (2012). Turismo Rural: Un enfoque global. Editorial Trillas, México. Primera Edición.
- Cabanillas, E. (2016). Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <http://www.iica.ac.cr/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Estudios%20Andina/Turismo%20Rural%20en%20Ecuador.pdf>
- Cabanillas, E. (2015). Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo.
- Castro, E. (2015). Panorama regional del desarrollo sostenible en américa latina. Luna azul (40).
- Castillo, M. Vázquez, Martínez. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 24, núm. 3, 2015, pp. 737-757. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180739769017>

Cardozo, Fernandes, Soares, Holm (2014) Un estudio de caso en comunidades étnico-rurales en el estado de Paraná - Brasil versión On-line ISSN 1851-1732
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000100006

CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2016).
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/40120-imperativo-la-igualdad-un-desarrollo->

Constitución de la República del Ecuador, (2008). Ley Orgánica de la Biodiversidad de la República del Ecuador, Registro Oficial 449.

Crosby, A. (2011). El origen del turismo rural. El agroturismo, ¿una fórmula de agroturismo? Turismo a tiempo (En línea) <http://www.turismoatiempo.com/la-columna-de-arturo-crosby/el-origen-del-turismo-rural-el-agroturismo-una-formula-de-agro-turismo>.

Cherifi, B., Smith, A., Maitland, R., Stevenson, N., MacCoun, R., Uriely, N., Comunello, F. (2014). Glossary of tourism terms. Annals of Tourism Research. Organización Mundial de Turismo (UNWTO). Retrieved from <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>

Epstein Marc. (2009). Sostenibilidad Empresarial Administración y medición de los impactos ambientales y económicos. Ecoe Ediciones. Colombia. ISBN.978-958-648-619-4

Espín, J., Salazar, C., Jara, M., García, Y. (2016). Uso de las TIC para la gestión hotelera en el sector turístico de Pastaza. En Ventana Informática N°36. Manizales Colombia. p. 35-52. ISSN: 0123-9678

Estrella M. Frías R. (2017). Impacto del turismo en el alivio de la pobreza. Caso Ecuador Código Clasificación JEL: GM30, O43, M10, M31, L83 Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/20455079>

Félix, A. & Doumet, N. (2016). Teoría y práctica del turismo rural. Ediciones Abya-Yala. Primera Edición. Quito. Ecuador.

- Ferrer G.1, Barrientos M.1, Saal G.1 y Mir A. B.2 (2014) El turismo rural como alternativa para el desarrollo en el norte de la provincia de Córdoba. Revista FAVE - Ciencias Agrarias 13 (1 – 2) ISSN 1666-7719
- Flores, Alicia (2013) Diseño de una Ruta Turística para el cantón Pangua, provincia de Cotopaxi. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/2259>
- García Rondón, I (2010). Procedimiento para la selección de los mercados internacionales de los servicios de gestión medioambiental cubanos. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Económicas. Facultad de Economía, Universidad de la Habana.
- Huang, W. (2016). Bundling attractions for rural tourism development. Journal of Sustainable Tourism. <http://www.tandfonline.com/loi/rsus20>
- Instituto de Patrimonio Cultural Ecuador. (2014)
- Jarrín L. (2014). Diagnóstico de la potencialidad turística de la Parroquia de Tumbaco, Provincia de Pichincha. RICIT No. 7 (pag. 8 - pag. 31) ISSN: 1390-6305 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4754379.pdf>
- Kastenholz, E. Carneiro M. Peixeira M. Correia L (2017). Journal of Travel & Tourism Marketing <http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2017.1350617>
- Lane, B. & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches-towards a new generation concept?, Journal of Sustainable Tourism. <http://www.tandfonline.com/loi/rsus20>
- Lacoste P. Navarrete Sandra (2015). Alternativas no tradicionales de desarrollo rural: la Ruta del Pisco como recurso turístico. Elqui Val Volumen 32, N° 4. Páginas 5-14 IDESIA (Chile)

Lazo S. Bastidas M. Aguilar F. Calle M. (2017). La Potencialidad Turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. Revista Innova Research Journal Vol. 2 No. 8, 1 – 21. ISSN 2477 – 9024

Mendoza, F. (2016). Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el turismo rural comunitario. Revista San Gregorio (15), 122 - 127. Ministerio de Turismo. <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>

MINTUR, Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017).

Ministerio de Turismo. Manual de Señalización Turística (2011).

Mrkša M., Tamara G. (2014) Opportunities for sustainable development of rural tourism in the municipality of vrbas economics of agriculture 1/2014 udc: 338-44(1-22):502.131.1 review article opportunities for sustainable development of rural tourism in the municipality of vrbas

Niño-Gutiérrez, N. S., Segrelles, J. A., Niño-Castillo, I. N., & Niño-Castillo, J. E. (2015). Multifuncionalidad y turismo en el Parque Natural “El Hondo” de la comunidad valenciana. El Periplo Sustentable, (9), 34–56. Retrieved from <http://rperiplo.uaemex.mx/>

Noblecilla, M., Ortíz, L., Ruiz, J., Encalada, I., & Ordoñez, Ó. (2016). Análisis del potencial turístico de las comunidades rurales. Caso de estudio: Comunidad Muyuyacu, El Oro-Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, ISSN 07176651 48-59. <http://riat.utalca.cl/index.php/test/article/view/322/pdf>

Ley de Turismo. (2002). Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Ultima modificación: 29-dic.-2014 Estado: Vigente

OMT, Organización Mundial del Turismo, (2002). Ecoturismo de áreas protegidas.

OMT, Organización Mundial del Turismo, (2014). Turismo cultural.

Oyarvide, H., Nazareno, I. Roldán, Ferrales A. (2016) Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la Dirección. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir06116.pdf>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pangua. (2018)

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi (2025).

PLANDETUR, Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2020.

Pérez, M. (2003). Manual del Turismo Sostenible: Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable. Ediciones Mundi- Prensa Libros, S.A.

Rivadeneira, M.C. (2014). El turismo será el eje del cambio de la matriz productiva en Ecuador, [en línea]. Recuperado el 07 de julio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-sera-el-eje-del-cambio-de-la-matriz-productiva-enecuador/>>.

Sampaio, C., Schlemer. L. (2017) Turismo rural en la costa sur de Brasil: rumbo al desarrollo territorial Turismo rural na costa sul do Brasil: rumo ao desenvolvimento territorial Rural tourism on the south coast of Brazil: towards territorial development . Brasil. Universidade Positivo (UP), Curitiba, PR, Brasil <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n2.2017.1098>

Souto, L. (2015). Modelo de gestión de recursos humanos para la organización superior de dirección empresarial del Ministerio de Comercio Exterior de Cuba. Tesis de Doctorado en Ciencias Económicas, Universidad de La Habana.

Thanh, N. (2018). Sustainable Development of Rural Tourism in An Giang Province, Vietnam. Journal Sustainability.

Villanueva, J. (2017). Rural Tourism: Development, Management and Sustainability in Rural Establishments. Academic Editor: Gilles Lefebvre. Journal Sustainability.

Villanueva Álvaro, Mondéjar and Sáez Martínez (2017) Rural Tourism: Development, Management and Sustainability in Rural Establishments Academic Editor: Gilles Lefebvre. Sustainability 2017, 9(5), 818; <https://doi.org/10.3390/su9050818>

Wheelen T., Hunger D. (2013), Administración Estratégica y políticas de negocios: Hacia la sostenibilidad global. Editorial Pearson. Décima tercera edición Colombia ISBN 978-958-699-255-8

Zamorano, F. (2012). Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados. Editorial Trillas. Primera edición. México D.F.

Zuleta M., Aldereguía M, Boffill S. (2017). Acciones para potenciar el turismo local en Yaguajay vinculado al deporte y la recreación física. Revista Digital. Buenos Aires, Año 22, N° 233. <http://www.efdeportes.com/>

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a las visitantes recinto la Envidia.

Entrevista a las Autoridades del cantón Pangua y del Recinto La Envidia.		
La presente entrevista tiene como objetivo. Conocer los criterios de las autoridades del cantón Pangua y Recinto La Envidia, sobre sobre el desarrollo de turismo rural y el apoyo que brindan al recinto para potenciar el turismo en las distintas modalidades de turismo rural para que sea sostenible y sustentable.		
Preguntas	Entrevistados	
Pregunta N°1 ¿Cree usted que es importante el incremento de la zona turística en el recinto La Envidia para generar recursos económicos y nuevas plazas de trabajo en El Recinto?		
Pregunta N°2 ¿Considera usted que el Recinto La Envidia puede desarrollarse turísticamente?		
Pregunta N°3 ¿Cree usted que es necesario proteger la flora y fauna atractivos naturales, elevar las costumbres, fiestas o tradiciones del cantón puedan ayudar a la promoción del mismo y así generar más turismo?		
Pregunta N°4 ¿Cree usted que es necesario contar con la colaboración de los pobladores para realizar proyectos o emprendimientos turísticos, o solamente con el personal encargado?		
Pregunta N°5 ¿Piensa usted que el desarrollo de rutas turísticas, senderos internos, señalética aumenta la demanda de turistas en el Recinto La Envidia y rutas agroturísticas del cantón Pangua?		
Pregunta N°6 ¿Estarían dispuestos a invertir en la capacitación e impulsar y apoyar a los emprendimientos de turismo rural en el Recinto La Envidia y el sector?		

Anexo 2: Encuesta a las familias recinto la Envidia.

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZONICA
DEPARTAMENTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN EN GESTIÓN TURÍSTICA
Encuesta a las familias del Recinto La Envidia, cantón Pangua.

La presente encuesta tiene como objetivo. Determinar la situación actual y la percepción que se tiene sobre el turismo rural, visto desde el ámbito económico y social del sector y el nivel e interés para la participación en proyectos turísticos. Los datos proporcionados por la encuesta deben ser reales y fiables, para poder dar repuestas a los problemas encontrados

1. Edad .. - 18 (), 19 – 29 (), 30 – 39 (), 40 – 49 (), 50 – 59 (), y más de 60 ()
2. Género: : Hombre () Mujer ()
3. Estado Civil: Solero (a) () Casado (a) () Unión Libre () Divorciado ()
4. Ocupación: Publico () Privado () Propietario () Ninguno ()
5. Nivel de escolaridad: Sin estudios ____ Primaria Incompleta ____ Primaria Completa ____ Secundaria Incompleta ____ Secundaria Completa ____ Educación Superior Incompleta ____ Educación Superior Completa ____ Posgrado ____
6. Situación Laboral / Ocupación Agricultor ---- Ama de casa ----- Empleado público ----- Empleado privado -----
7. ¿Cuáles son sus ingresos económicos?.
- 200 (), 200 – 300 (), 300 – 400 (), más de 400 ()
8. ¿Tiene algún conocimiento sobre turismo rural?.
- Si** () **NO** (),
9. ¿Qué posibilidad de aceptación tiene el turismo rural?
- Alto i () Medio () Bajo () Ninguno ()
10. ¿Ha tenido Usted, Alguna propuesta, de participar en un proyecto de
11. turismo rural en su propiedad **Si** () **No** (),
12. ¿Estaría, usted dispuesto a participar en proyecto de turismo rural en su propiedad?

Si () **No** (),

13. ¿Mantiene en su propiedad algunos recursos que pueda ser utilizado como distracción y recreación para los turistas?

Si () **No** (),

14. De los Recursos mencionados, indique ¿cuál de ellos mantiene en su propiedad?

Atractivo fluvial (), Vista panorámica (), Bosque Primario (), Árboles frutales (), Área de camping (), siembra agrícola (), Sendero natural (), Fotografía rural ().

15. ¿Considera usted, que a futuro, el turismo rural puede generar impacto negativo a la propiedad?

Tal vez (), Porque -----

16. Si el proyecto se llegara a ejecutar, cree usted que el turismo rural en sus modalidades de agroturismo y turismo de aventura generaría más fuente de empleo.

Si () **No** (),

17. Considera usted, que, si se presenta un plan de acción en los organismos municipales que fundamente e impulse el desarrollo del turismo rural

Si () **No** (),

Con la implementación de un proyecto de turismo rural, estaría dispuesto a generar nuevos productos y crear emprendimientos turísticos.

Si () **No** (),

Gracias por su colaboración

Anexo 3: Encuesta a las visitantes recinto la Envidia.

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZONICA

DEPARTAMENTO DE POSGRADO

MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN EN GESTIÓN TURÍSTICA

Encuesta a las familias del Recinto La Envidia, cantón Pangua.

La presente encuesta tiene como objetivo. Conocer los criterios de los visitantes al Recinto La Envidia, sobre los motivos que los moviliza al recinto y sobre las modalidades de turismo rural que les gustaría. Los datos proporcionados por la encuesta deben ser reales y fiables, para poder dar repuestas a los problemas encontrados

1. Edad .. - 18 (), 19 – 29 (), 30 – 39 (), 40 – 49 (), 50 – 59 (), y más de 60 ()
2. Género: : Hombre () Mujer ()
3. Estado Civil: Solero (a) () Casado (a) () Unión Libre () Divorciado ()
4. Ocupación: Publico () Privado () Propietario () Ninguno ()
5. ¿Cuál es la motivación para realizar la actividad turística?
 Conocer otros lugares y cultura ().
 Diversión ()
 Contacto con la naturaleza ()
 Compartir con familiares y amigos ()
 Aventura ()
 Conocer nuevas personas ()
6. ¿Con quién usted realiza turismo frecuentemente?
 Solo () Pareja () Familia () Amigo ()-
7. ¿Cuántos días dedica usted para realizar turismo?
 1 día (), 2 – 3 días (), 4 – 5 días (), Una semana () Más de una semana ()
8. ¿En qué mes del año realiza turismo?
 Enero-Marzo (), Abril - Junio () Julio -Septiembre (), Octubre –Diciembre ()
9. ¿Usted realizaría turismo rural, en el cantón Pangua, Provincia de Cotopaxi?
 SI () NO (), Porque -----

10. ¿Le gustaría realizar actividades de turismo rural en el recinto La Envidia?

SI () NO (). Porque -----

11. ¿Qué tipo de actividades de turismo rural, le gustaría realizar escoja de acuerdo a su gusto y preferencia, marcando como máximo tres actividades?

Recorridos por las distintas fincas ()

Procesos de sembríos agrícolas ()

Paseos a caballo ()

Caminatas por el bosque ()

Excursión a cascadas, ríos, pesca ()

deportiva

Degustación de comidas, y bebidas ()

típicas

Otros ()

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por las actividades y servicios que pueda ofrecer el Recinto La Envidia?

Menos de \$ 30 (), \$ 31 – 50 (), \$ 51 – 80 (), Más de \$ 81 (),

13. ¿A través de que medios de comunicación prefiere usted conocer las diferentes actividades de turismo rural del Recinto La Envidia?

Página Web (), Redes Sociales (), Hojas Volantes (), Radio (), Televisión ()

Gracias por su colaboración

ANEXO 4. Cuestionario para validar el modelo a través de la Técnica de IADOV.

El presente cuestionario tiene como objetivo validar el modelo propuesto para el desarrollo del turismo rural en el Recinto La Envidia

Por favor, le rogamos que emita sus criterios al respecto. Muchas gracias por su tiempo.

1. ¿Está satisfecho con el modelo propuesto?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sé

2. ¿Qué es lo que más le gustó del modelo propuesto?

3. ¿Qué es lo que más le disgustó del modelo propuesto?

4. ¿Le gusta la forma en que se realizó el modelo?

- ☐ Me gusta mucho
- ☐ Me gusta más de lo que me disgusta
- ☐ Me es indiferente
- ☐ Me disgusta más de lo que me gusta
- ☐ No me gusta nada
- ☐ No puedo decir

5. Si pudiera elegir libremente la vía para gestionar el talento humano en la UNACH, ¿elegiría un modelo con características similares al presentado? ☐ Sí

- ☐ No
- ☐ No sé

Anexo 5

RESULTADOS

Tabla 1 Edad muestral de los habitantes del Recinto La Envidia

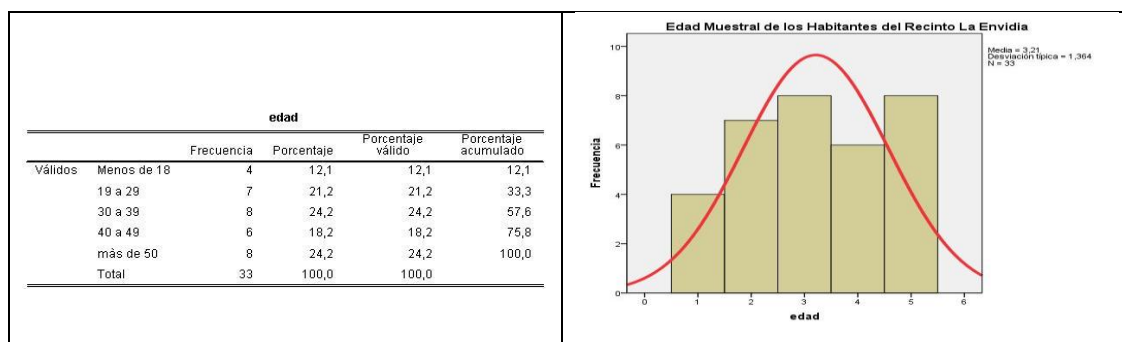


Tabla 2 Género muestral de los Habitantes del Recinto La Envidia

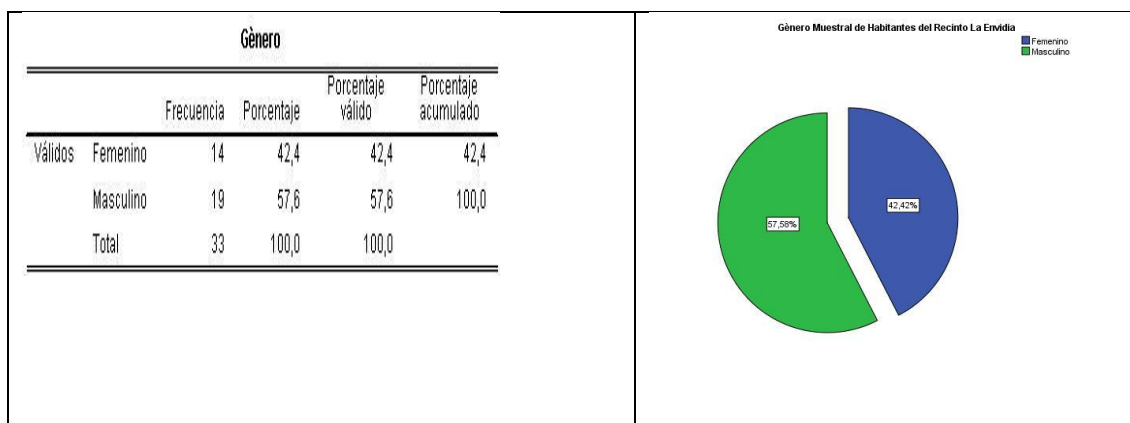


Tabla 3 Estado Civil muestral de los Habitantes del Recinto La Envidia

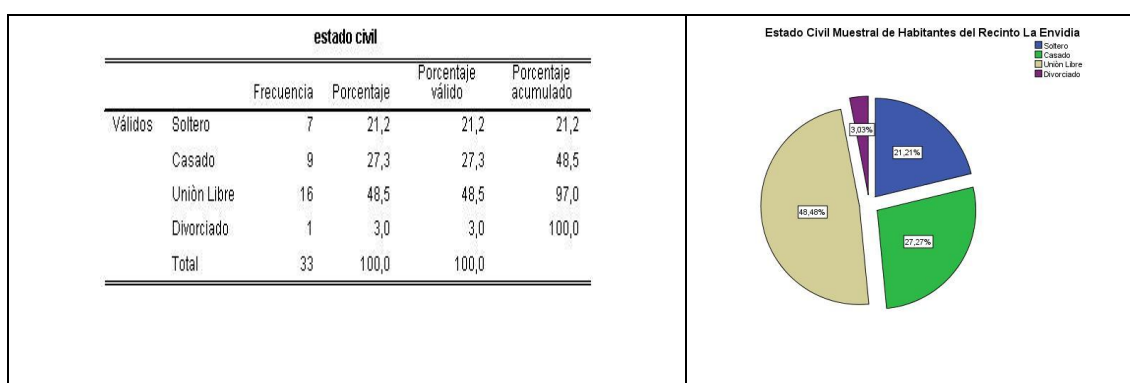


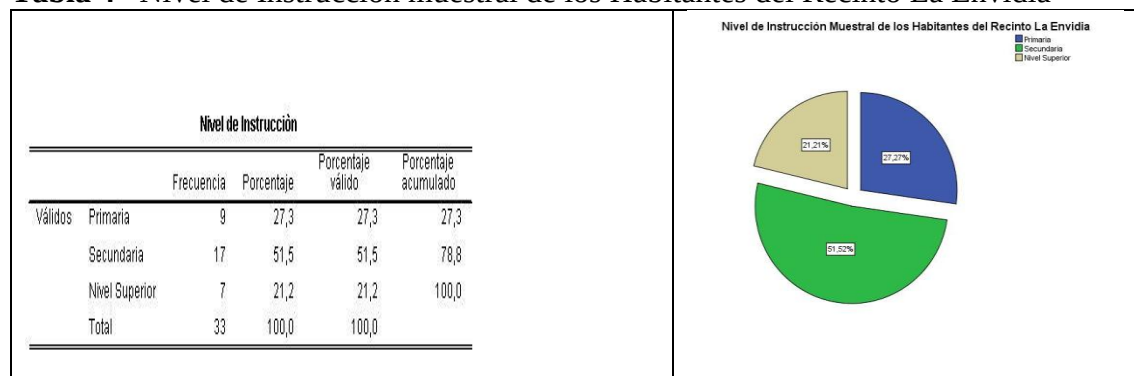
Tabla 4 Nivel de Instrucción muestral de los Habitantes del Recinto La Envidia

Tabla 5 Conocimiento de turismo rural - Desde la edad

Tabla de contingencia edad * conocimiento					
edad		conocimiento		Total	
		Si	No		
Menos de 18	Recuento	4	0	4	
	% del total	12,1%	,0%	12,1%	
19 a 29	Recuento	7	0	7	
	% del total	21,2%	,0%	21,2%	
30 a 39	Recuento	8	0	8	
	% del total	24,2%	,0%	24,2%	
40 a 49	Recuento	3	3	6	
	% del total	9,1%	9,1%	18,2%	
más de 50	Recuento	2	6	8	
	% del total	6,1%	18,2%	24,2%	
Total	Recuento	24	9	33	
	% del total	72,7%	27,3%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,875 ^a	4	,001
Razón de verosimilitudes	21,358	4	,000
Asociación lineal por lineal	14,077	1	,000
N de casos válidos	33		

a. 7 casillas (70,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,09.

Tabla 6 Desde el estado civil

Tabla de contingencia estado civil * conocimiento					
estado civil		conocimiento		Total	
		Si	No		
Soltero	Recuento	7	0	7	
	% del total	21,2%	,0%	21,2%	
Casado	Recuento	8	1	9	
	% del total	24,2%	3,0%	27,3%	
Unión Libre	Recuento	9	7	16	
	% del total	27,3%	21,2%	48,5%	
Divorciado	Recuento	0	1	1	
	% del total	,0%	3,0%	3,0%	
Total	Recuento	24	9	33	
	% del total	72,7%	27,3%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,667 ^a	3	,034
Razón de verosimilitudes	10,464	3	,015
Asociación lineal por lineal	7,543	1	,006
N de casos válidos	33		

a. 5 casillas (62,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,27.

Tabla 7 Desde la situación laboral

Tabla de contingencia Situación Laboral * conocimiento

			conocimiento		Total
			Si	No	
Situación Laboral	Agricultor	Recuento	9	5	14
		% del total	27,3%	15,2%	42,4%
	Comerciante	Recuento	8	0	8
		% del total	24,2%	,0%	24,2%
	Ama de Casa	Recuento	0	4	4
		% del total	,0%	12,1%	12,1%
	Empleado Público	Recuento	3	0	3
		% del total	9,1%	,0%	9,1%
	Empleado Privado	Recuento	4	0	4
		% del total	12,1%	,0%	12,1%
Total		Recuento	24	9	33
		% del total	72,7%	27,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,795 ^a	4	,002
Razón de verosimilitudes	20,424	4	,000
Asociación lineal por lineal	,773	1	,379
N de casos válidos	33		

a. 8 casillas (80,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,82.

Tabla 8 Posibilidad de Aceptación - Desde la edad

Tabla de contingencia edad * Posibilidad de aceptación

			Posibilidad de aceptación				Total
			Alto	Medio	Bajo	Ninguno	
edad	Menos de 18	Recuento	4	0	0	0	4
		% del total	12,1%	,0%	,0%	,0%	12,1%
	19 a 29	Recuento	4	2	1	0	7
		% del total	12,1%	6,1%	3,0%	,0%	21,2%
	30 a 39	Recuento	3	3	2	0	8
		% del total	9,1%	9,1%	6,1%	,0%	24,2%
	40 a 49	Recuento	5	0	0	1	6
		% del total	15,2%	,0%	,0%	3,0%	18,2%
	más de 50	Recuento	6	2	0	0	8
		% del total	18,2%	6,1%	,0%	,0%	24,2%
Total		Recuento	22	7	3	1	33
		% del total	66,7%	21,2%	9,1%	3,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,042 ^a	12	,298
Razón de verosimilitudes	15,830	12	,199
Asociación lineal por lineal	,004	1	,949
N de casos válidos	33		

a. 18 casillas (90,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,12.

Tabla 9 Desde el nivel de instrucción

Tabla de contingencia Nivel de Instrucción * Posibilidad de aceptación							
			Posibilidad de aceptación				
			Alto	Medio	Bajo	Ninguno	Total
Nivel de Instrucción	Primaria	Recuento	9	0	0	0	9
		% del total	27,3%	,0%	,0%	,0%	27,3%
	Secundaria	Recuento	13	1	2	1	17
		% del total	39,4%	3,0%	6,1%	3,0%	51,5%
	Nivel Superior	Recuento	0	6	1	0	7
		% del total	,0%	18,2%	3,0%	,0%	21,2%
	Total	Recuento	22	7	3	1	33
		% del total	66,7%	21,2%	9,1%	3,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,035 ^a	6	,000
Razón de verosimilitudes	28,320	6	,000
Asociación lineal por lineal	8,010	1	,005
N de casos válidos	33		

a. 10 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,21.

Tabla 10 Desde el nivel de ingreso

Tabla de contingencia Ingreso/ familia * Posibilidad de aceptación							
			Posibilidad de aceptación				
			Alto	Medio	Bajo	Ninguno	Total
Ingreso/ familia	De \$201 a \$300	Recuento	5	0	0	0	5
		% del total	15,2%	,0%	,0%	,0%	15,2%
	De \$301 a \$400	Recuento	15	2	2	0	19
		% del total	45,5%	6,1%	6,1%	,0%	57,6%
	Más de \$401	Recuento	2	5	1	1	9
		% del total	6,1%	15,2%	3,0%	3,0%	27,3%
Total		Recuento	22	7	3	1	33
		% del total	66,7%	21,2%	9,1%	3,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,222 ^a	6	,027
Razón de verosimilitudes	15,144	6	,019
Asociación lineal por lineal	7,600	1	,006
N de casos válidos	33		

a. 10 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,15.

Tabla 11 Desde los recursos disponibles

Tabla de contingencia recursos disponibles* Disposición de Participar en Proyecto					
		Disposición de Participar en Proyecto			
			Si	No	Total
Recursos disponibles	Si	Recuento	23	0	23
		% del total	69,7%	,0%	69,7%
	No	Recuento	4	6	10
		% del total	12,1%	18,2%	30,3%
Total		Recuento	27	6	33
		% del total	81,8%	18,2%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,867 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	13,074	1	,000		
Razón de verosimilitudes	17,833	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	16,356	1	,000		
N de casos válidos	33				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,82.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Tabla 12 Dispuestos a generar nuevos productos - Desde la posibilidad de aceptación

Tabla de contingencia					
		Dispuestos a generar nuevos productos			
			Si	No	Total
Posibilidad de aceptación	Alto	Recuento	22	0	22
		% del total	66,7%	,0%	66,7%
	Medio	Recuento	6	1	7
		% del total	18,2%	3,0%	21,2%
	Bajo	Recuento	3	0	3
		% del total	9,1%	,0%	9,1%
	Ninguno	Recuento	0	1	1
		% del total	,0%	3,0%	3,0%
Total		Recuento	31	2	33
		% del total	93,9%	6,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,945 ^a	3	,000
Razón de verosimilitudes	9,348	3	,025
Asociación lineal por lineal	7,726	1	,005
N de casos válidos	33		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,06.

Tabla 13 Desde el plan de acción

Tabla de contingencia					
			Dispuestos a generar nuevos productos		Total
			Si	No	
plan de acción	Si	Recuento	2	2	4
		% del total	6,1%	6,1%	12,1%
	No	Recuento	29	0	29
		% del total	87,9%	,0%	87,9%
Total	Recuento		31	2	33
	% del total		93,9%	6,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,435 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	7,902	1	,005		
Razón de verosimilitudes	9,545	1	,002		
Estadístico exacto de Fisher				,011	,011
Asociación lineal por lineal	14,968	1	,000		
N de casos válidos	33				

a. 3 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,24.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

SONDEO DE OPINIÓN RESPECTO AL TURISMO EN EL RECINTO LA ENVIDIA

Tabla 14 Género y motivo de realizar la actividad turística

Tabla de contingencia Motivo de realizar la actividad turística * Género del turista					
			Género del turista		Total
			Femenino	Masculino	
Motivo de realizar la actividad turística	Conocer otros lugares	Recuento	4	2	6
		% del total	10%	5%	15%
	Diversión	Recuento	2	3	5
		% del total	5%	8%	13%
	Contacto con la naturaleza	Recuento	5	2	7
		% del total	13%	5%	18%
	Compartir con amigos y familiares	Recuento	1	9	10
		% del total	3%	23%	26%
	Aventuras	Recuento	3	1	4
		% del total	8%	3%	10%
	Las cascadas	Recuento	2	4	6
		% del total	5%	10%	15%
	Conocer otras personas	Recuento	1	0	1
		% del total	3%	0%	3%
Total		Recuento	18	21	39
		% del total	46%	54%	100%

Tabla 15 Mes y días de preferencia

Tabla de contingencia Mes del año realiza turismo * Días dedica usted, para realizar turismo							
		Días dedica usted, para realizar turismo					
			1 día	2, 3 días	4, 5 días	1 semana	Total
Mes del año realiza turismo	Enero a Marzo	Recuento	11	2	3	1	17
		% del total	28%	5%	8%	3%	44%
	Abril a Junio	Recuento	4	2	0	0	6
		% del total	10%	5%	0%	0%	15%
	Julio a Septiembre	Recuento	1	2	0	2	5
		% del total	3%	5%	0%	5%	13%
	Octubre a Diciembre	Recuento	4	4	3	0	11
		% del total	10%	10%	8%	0%	28%
Total		Recuento	20	10	6	3	39
		% del total	51%	26%	15%	8%	100%

Tabla 16 Los acompañantes realizan turismo rural en la provincia de Cotopaxi

Tabla de contingencia Acompañante para hacer turismo frecuentemente * Realizaría Turismo rural en la provincia de Cotopaxi					
			Realizaría Turismo rural en la provincia de Cotopaxi		
			Si	No	Total
Acompañante para hacer turismo frecuentemente	Solo	Recuento	3	0	3
		% del total	8%	0%	8%
	Parejas	Recuento	7	0	7
		% del total	18%	0%	18%
	Familias	Recuento	16	3	19
		% del total	41%	8%	49%
	Amigos	Recuento	9	1	10
		% del total	23%	3%	26%
Total		Recuento	35	4	39
		% del total	90%	10%	100%

Tabla 17 Valor critico de Chi cuadrado

valor critico de chi cuadrado	
nivel de confianza	90%
alfa	10%
GL	valor critico
1	2,71
2	4,61
3	6,25
4	7,78
5	9,24
6	10,64
7	12,02
8	13,36
9	14,68
10	15,99
11	17,28
12	18,55
13	19,81

ANEXO 6. Procesamiento de las matrices MEFI, MEFE y

DAFO

El procesamiento de la matriz DAFO se realiza con la ayuda de los expertos a los cuales se les presenta el listado de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas en el estudio. A continuación, se muestra el listado

Listado de debilidades

- Inadecuada protección de la flora y fauna.
- Inexistencia de calidad en los servicios turísticos.
- Desconocimiento del turismo rural por parte de la población.
- Ausencia de señalética turística.
- Desconocimiento de las poblaciones aledañas de los recursos turísticos que posee el recinto La Envidia
- Vías empedradas en el recinto La Envidia
- Falta de inversión por parte de los propietarios y apoyo del GAD.
- Insuficiente promoción turística.
- Débil fomento en emprendimientos de las actividades turística a nivel cantonal.
- Talento humano con bajos niveles de formación y capacitaciones.

Listado de Fortalezas

- Sitios con potencial turísticos
- Tiene vías de acceso desde la Maná y Pangua
- Fortalecimiento con la intervención del Ministerio de Ambiente del Ecuador en las áreas protegidas
- Cuenta con producciones agrícolas y actividades pecuarias.
- Ingreso del transporte “Flota Macuchi y Rio San Pablo” al recinto.
- Cuenta con atractivo fluvial, flora y fauna.
- Recursos turísticos con buen estado de conservación
- Interés del recinto para el desarrollo de proyectos de turismo comunitario

Listado de amenazas

- Carencia de mapas de ubicación del recinto.
- Ausencia de proyectos en Turismo rural en modalidades (agroturismo, turismo de aventura, etnografía)
- Cambio climático.
- Crisis económica mundial
- Caserías de especies nativas.
- Competencia en el mercado por la existencia de mejores productos turísticos.

Listado de oportunidades

- Apoyo por parte del GAD Municipal de Pangua
- Difusión como un atractivo turístico a futuro en las redes sociales.
- Generar nuevos productos turísticos
- Inversión de empresas en servicios turísticos en el recinto.
- Posicionamiento de una operadora turística.
- Beneficio económico a la población local (hospedaje, restaurantes, etc.
- Convenios con empresas turísticas.

Se procede a construir las matrices de factores internos y externos y luego se determina la ubicación del recinto La Envidia en la DAFO. Con esta información se define el Posicionamiento Estratégico de Resultados o análisis PER

Matriz de Factores Internos

Factores	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
Disposición que tiene los las familias a insertarse en procesos de capacitación para desarrollar el turismo rural.	0,15	2	0.3
Existencia de una infraestructura propia de la zona.	0,02	1	0.02
Recursos turísticos con buen estado de conservación	0,05	2	0.1
Disposición por parte del GAD de Pangua a gestionar para potenciar el desarrollo turístico de Pangua.	0,1	2	0.2
Escaso domino, por parte de las familias en proyectos turísticos	0,15	3	0,45

Escaso personal competente en las actividades turísticas.	0,12	3	0.36
Escaso apoyo de las Autoridades del GAD de Pangua	0,01	1	0.01
Disposición en participar en Proyectos o emprendimientos turísticos	0,3	1	0.03
Inexistencia de calidad en los servicios turísticos	0,07	1	0.07
No existe una imbricación entre las autoridades y las familias del recinto la Envidia,	0.03	1	0.03
Total	1		1.57

Matriz de Factores Externos

Factores	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
Diversificación de la oferta turística y calidad en los servicios por parte de los competidores.	0.8	1	0.8
Crecimiento de infraestructura de sitios de recreación ciudadanos.	0.1	2	0.2
Bajos precios de los servicios de sitios de recreación ciudadanos	0.1	2	0.2
Nuevos competidores en la zona.	0.11	1	0.11
Beneficio económico a la población local (hospedaje, restaurantes, etc.	0.09	2	0.18
Caserías de especies nativas	0.08	3	0.24
Se cuenta con el Programa Nacional de Capacitación Turística (2012) articulado con el Plan Nacional de Desarrollo, con las Políticas del MINTUR y el PLANDETUR 2020.	0.13	4	0.52
Disposición de las instituciones educación superior a desarrollar proyectos de investigación turística	0.13	4	0.52
Crecimiento de la demanda turística rural.	0.01	4	0.04
Promoción de paquetes turísticos desde hotelera por los gobiernos locales.	0.08	3	0.24
Total	1		3.05

Matriz DAFO

Factores	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas		
Debilidades	MEFI=1,57 MEFE=3,05 Estrategias de tipo defensivas	

Posicionamiento Estratégico de Resultados

Factores Estratégicos	Duración			Comentarios
	CP	MP	LP	
Tiene vías de acceso en dos cantones: La Maná y Pangua			X	Necesidad de gestionar el mantenimiento y mejoras de las vías de acceso, y como son de segundo orden, gestionar el asfaltado de las vías, considerando que hay la predisposición de las autoridades del cantón Pangua.
Disposición de capacitarse en turismo rural las familias del recinto La Envidia	X			Necesidad de capacitarse en sus distintas etapas del desarrollo de turismo rural sostenido y sustentable, aprovechando los atractivos turísticos y las fincas productivas con distintos cultivos.
Se cuenta con el apoyo del GAG articulado con el Plan Nacional de Desarrollo, con las Políticas del MINTUR y el PLANDETUR 2020.	X			Necesidad de la integración de todos los actores implicados para el fortalecimiento y desarrollo del turismo rural
Disposición de las instituciones Educación Superior a desarrollar programas de capacitación.	X			Requiere de un proceso de planificación estructurada que relacione la labor mancomunada de la universidad y el resto de los actores
Crecimiento de la demanda turística del sector. .			X	Requiere un proceso de publicidad intenso, así como promocionar y hacer conocer las rutas y atractivos que tiene el recinto.

Desarrollo de turismo rural como una alternativa de desarrollo local		X		Aprovechar la intencionalidad del gobierno, en apoyar los emprendimientos turísticos sostenibles que contribuyan en la calidad de vida de las familias.
Escaso personal competente en las actividades turísticas.	X			Requiere de un proceso de planificación para la capacitación sobre actividad turística, atención al cliente y guías nativos y administración.
Propietarios de fincas productivas dispuesto a participar y desarrollar turismo rural		X		Aprovechar la infraestructura y el deseo de participar con sus propiedades con la producción que tienen para emprender con actividades de agroturismo en el sector.
Disposición de las instituciones educación superior a desarrollar proyectos de investigación turística	X			Las acciones estratégicas deben estar encaminadas a realizar convenios interinstitucionales como vinculación y apoyo mutuo.
Ingreso del transporte “Flota Macuchi y San Pablo” al recinto.	X			Facilidades de transporte por las dos vías, aunque una vía es más lejos.
No existe una imbricación entre la comunidad, institución educación superior y el Estado para la gestión del desarrollo turístico		X		Diseño de un plan de acción con estrategias que permita lograr la participación de todos los actores.

Anexo 7.

PLAN DE ACCIONES PARA POTENCIAR EL DESARROLLO EL TURISMO RURAL SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE EN EL RECINTO LA ENVIDIA

PRESENTACIÓN

Es un instrumento de planificación que nos permite decidir con anticipación las actividades que se deberán realizar, cómo se realizarán, en qué periodo de tiempo se harán, quiénes serán los responsables de su cumplimiento y la forma en la que se evaluarán los resultados. Es el punto en el cual nos encontramos y a dónde queremos ir

Un plan de acción es una presentación resumida de las tareas que deben realizarse por ciertas personas, en un plazo de tiempo específicos, utilizando un monto de recursos asignados con el fin de lograr un objetivo dado

Misión

Promover la participación de los habitantes del recinto La Envidia y las autoridades del GAD de Pangua para impulsar el desarrollo del turismo rural

Visión

Para el año 2023, el recinto La Envidia será un sitio turístico a nivel local, cantonal y regional que brinde productos y servicios de calidad.

Valores

Los valores que de manera prioritaria deben ser aplicados en la ejecución de este proyecto son: compromiso; respeto a la biodiversidad; honestidad y responsabilidad en los servicios ofertados; enmarcados en actividades de participación ciudadana.

Objetivos estratégicos

- Promover la participación y motivación en mantener los atractivos existentes como potencial al desarrollo del turismo rural sostenible y sustentable en las propiedades seleccionadas en conocimientos sobre el turismo.

- Orientar el desarrollo agroturístico a los habitantes del recinto La Envidia
- Potenciar al recinto la Envidia como un sitio turístico
- Liderar el desarrollo del sector turístico de forma coordinada con el sector público / privado.

Estrategia de capacitación.

El talento humano debe estar capacitado de acuerdo a la competencia para garantizar la competitividad y ofrecer un servicio con calidad, las capacitaciones deben ser en turismo rural, en emprendimientos de negocios turísticos, en temas ambientales, legales, en atención a clientes estas capacitaciones deben realizar convenios con instituciones de educación con miras al desarrollo turístico.

En esta estrategia se fomentará tres temáticas: “Desarrollo turístico en áreas rurales para impulsar los recursos y atracciones de mayor relevancia como potencial del turismo rural”, “El agroturismo como base del desarrollo sostenible y sustentable” y “Emprendimientos turísticos” en los cuales se formarán conceptos, valores, estrategias y compromisos que aporten y respalden en cada temática. Se promoverá la entrega de un certificado por parte del GAD de Pangua para los habitantes que tenga una participación activa. Se espera que la población adquiera conocimiento y se motive en el desarrollo de productos y servicios turísticos que genere una mayor rentabilidad económica y mayor visita al recinto La Envidia.

Fines de la capacitación

- Impulsar el turismo en el recinto La Envidia como una alternativa y factibilidad económica y social.
- Fomentar el desarrollo sostenible y sustentable del agroturismo.
- Obtener una participación activa por parte de los habitantes del recinto La Envidia en la formación de conocimientos y motivación en desarrollar actividades turísticas.

Temática 1. Desarrollo turístico en áreas rurales para impulsar los recursos y atracciones de mayor relevancia.

Se realizará una bienvenida a todos los participantes de la capacitación y las presentaciones a cargo de los respectivos responsables, las mismas que serán proyectadas mediante diapositivas con definiciones, conceptos, ventajas y desventajas del turismo, reglamentos-normas del turismo y modalidades turísticas aplicadas en áreas rurales, además se presentarán videos y documentales del tema a tratar. Después se mantendrá una mesa de trabajo participativa y se realizaran talleres grupales, en los cuales se generará concientización turística y sustentable.

Tabla 1. Subtemas de desarrollo turístico en áreas rurales para impulsar los recursos y atracciones de mayor relevancia

Día	Horario	Subtemas
1	08:00 13:00	*Definición del turismo. *Ventajas y desventajas del turismo. *Cooffee break *CTC (centro de turismo comunitario). *Reglamentos, normas y principios del turismo. *Taller
2	08:00 13:00	*Concepto y diferencia entre: recursos turísticos y atractivos turísticos. *Videos, documentales. *Coffee break *Concepto y diferencia entre: sitio turístico y destino turístico. *Videos, documentales. *Taller.
3	8:00 13:00	*Modalidades turísticas en áreas rurales: turismo de aventura y turismo de aventura. *Videos, documentales. *Coffee break *Modalidades turísticas en áreas rurales: agroturismo y ecoturismo. *Videos, documentales *taller

Elaborado por: Autor del proyecto

Temática 2. El turismo rural como base del desarrollo sostenible y sustentable.

Se realizará una exposición mediante diapositivas sobre definiciones, características, actividades del agroturismo, conceptos y características del desarrollo sostenible y sustentable, además se dará a conocer varios tips sobre la atención al cliente. Posteriormente se presentará videos, documentales de los temas y talleres participativos y debates por parte de la audiencia. Al finalizar se entregará un certificado por haber asistido durante los días establecidos y por su participación en ella.

Tabla 2. Subtemas de desarrollo turístico en áreas rurales para impulsar los recursos y atracciones de mayor relevancia

Día	Horario	Subtemas
4	8:00 13:00	*Definición de agroturismo. *Actividades que se realiza en el agroturismo: caminata, excursionismo, observación de flora y fauna, recorrido en puntos estratégicos agroturístico, entre otros. *Coffee break *Ventajas y desventajas del agroturismo y alternativa de solución. *Taller
5	8:00 13:00	*Concepto y características del desarrollo sostenible sustentable aplicado en el turismo. *Videos, documentales. *Coffee break *Sostenibilidad medioambiental, social y cultural. *Atención al cliente. *Videos, documentales. *Taller.
		*Entrega de certificado por parte del departamento de turismo del GAD de Pangua.

Elaborado por: Autor del proyecto

Temática 3. Emprendimiento Turísticos.

Se realizará una exposición mediante diapositivas sobre emprendimiento, fundamentales para plantear un emprendimiento turístico, etapas de estudio, administrativo, estudio de mercado y financiamiento que sea factible, sostenible y sustentable. Posteriormente se presentará videos, documentales de los temas y talleres participativos y debates por parte de la audiencia. Al finalizar se entregará un certificado por haber asistido durante los días establecidos y por su participación en ella.

Tabla 3. Subtema. Emprendimientos turísticos: Conceptualización, tipos, etapas y características

Día	Horario	Subtemas
6	8:00 13:00	* Conceptualización de emprendimiento * Tipos, etapas y características de los Emprendimientos. * Coffee break * Características Emprendedoras *Taller
7	8:00 13:00	* El emprendedor y sus características * Videos, documentales. *Coffee break * Emprendimiento turístico * Socialización de los emprendimientos propuestos. *Taller.
		*Entrega de certificado por parte del departamento de turismo del GAD de Pangua.

Elaborado por: Autor del proyecto

Medios.

Para llevar a cabo los subtemas de las tres temáticas descritas para la socialización se requiere de materiales de apoyo, medios informáticos y audiovisuales, soporte físico y coffee break

Tabla 4. Recursos a utilizarse para las tres temáticas

Recursos para las dos temáticas

Materiales de apoyo	Medios audiovisuales	Medios informáticos	Coffee break	Soporte físico
Material divulgativo	Proyector	Computadora	Gaseosa	Auditorio del GAD de Pangua
Impresiones	Diapositivas	Internet	Vasos plásticos y servilletas	
Útiles de oficina	Micrófono		Sandwiches	

Elaborado por: Autor del proyecto

Tabla 5. Presupuesto para la capacitación de las tres temáticas

		Temática 1 (15 horas)		Temática 2 (10 horas)		Temática 3 (15 horas)	
Item	Unidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Costo \$	Costo \$	Costo \$
Material divulgativo	Unid	15	15	15	75,00	75,00	75,00
Impresiones	Unid	45	45	45	9,00	9,00	9,00
Útiles de oficina	Unid	15	15	15	5,00	5,00	5,00
Gaseosa	3 litro	3	3	3	6,50	6,50	6,50
Vasos plásticos	1 paquete	50 unidades	50 unidades	50 unidades	1,50	1,50	1,50
Sandwiches	Unid	45	30	30	37,50	37,50	37,50
SUBTOTAL					134,5	134,5	134,5
TOTAL						403,5	

Elaborado por: Autor del proyecto

Estrategia 2. Mejorar las facilidades e infraestructura turísticas de los atractivos naturales.

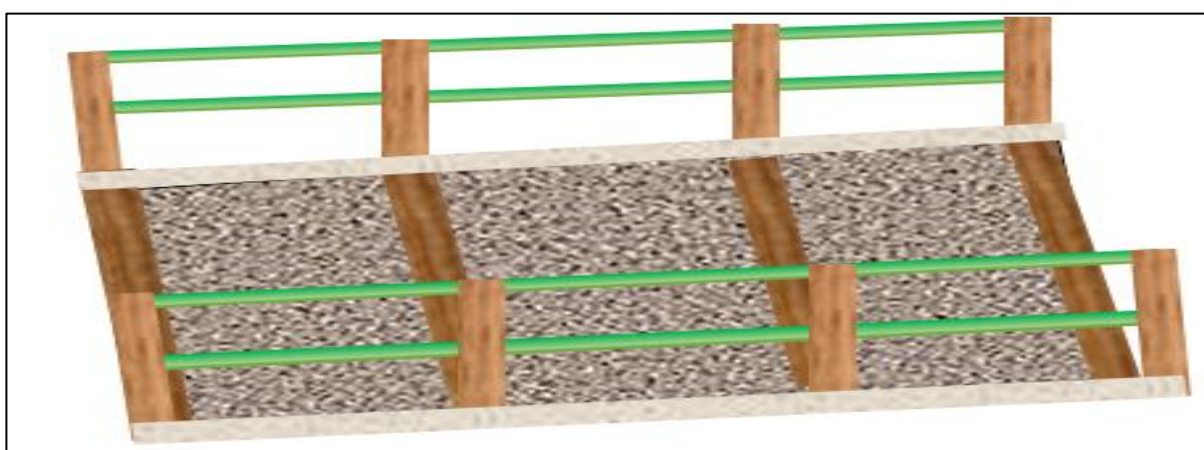
Se diseñará varios senderos ecológicos y señalizaciones con emplazamiento rural donde se resaltarán los puntos de interés, información, teniendo en consideración los aspectos básicos como el fácil acceso, seguridad y estabilidad con la finalidad de brindar un excelente servicio

y apreciando de mejor manera los recursos existentes en cada ruta agroturísticas y trismo de aventura.

Senderos.

Se determinará un sendero ecológico con recursos (madera y cuje) de la zona, con tipo circuito cerrado y lineal ya sea guiado o autoguiado de 1.80 m de ancho, con un total referencial de 7km de largo (1 km por propiedad), en ello incluye las 3 rutas agroturísticas. A continuación, se presenta una figura sobre el diseño del sendero y el presupuesto.

Figura 1. Diseño de sendero para las rutas agroturísticas del recinto La Envidia



Elaborado por: Autor del proyecto

Tabla 6. Presupuesto referencial de materiales y costos de senderos por propiedad

Materiales y costos de senderos para un 1km			
Materiales de la Zona			
Material	Cantidad	Valor unitario \$	Valor total \$
Estaca de madera de <i>Tectona grandis</i> L.f. (teca) 2,20 m	625	0,80	500,00
Caña guadua (cuje) 3,00 m	313	0,60	188,00
Materiales de ubicación			
GPS	1	80,00	80,00
Materiales de medición			
Cinta métrica	2	15,00	30,00

Nivel (para medir inclinación)	2	3,00	6,00
Herramientas de excavación			
Pala	3	10,00	30,00
Palilla	3	10,00	30,00
Taladro	1	95,00	95,00
broca plana	5	2,00	10,00
Martillo	3 martillos	10,00	30,00
Sierra	3	8,00	24,00
Manguera transparente de 8 m de largo	2	10,00	20,00
Carretilla	2	85,00	170,00
Pico	3	10,00	30,00
Plomada	2	5,00	10,00
Piola	2	8,00	16,00
Escarbadora	2	15,00	30,00
volquetas con lastre	6	60,00	300,00
Cemento	10	10,00	100,00
Mano de obra	6 meses	15,00	630,00
COSTO TOTAL			2.329,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Señalizaciones

Se implementará varias señalizaciones, ya que, es un medio de comunicación visual que permite guiar, informar, prevenir e indicar las áreas restrictivas de ingreso de un determinado territorio. Por tal motivo se asignará varias señalizaciones para las tres rutas agroturísticas que permita una mejor manera de conocer y disfrutar sin ningún inconveniente, por el cual se tomó medidas referentes al manual de señalización turística del MINTUR.

Orientativas (croquis)

Se creará un croquis al inicio del recinto La envidia con una medida aproximadamente de 4,50x 3,00m en el que se indicará las tres rutas agroturísticas, para facilitar a los visitantes su travesía sin ningún inconveniente. Se diseñó un modelo referencial con algunas características descritas en el manual de señalización turística del MINTUR.

Figura 2. Croquis de las rutas agroturísticas y turismo de aventura



Tabla 7. Materiales y costos del croquis de las rutas agroturísticas y turismo de aventura

Materiales y costos del croquis de las rutas agroturísticas			
Material	Cantidad	Valor unitario \$	Costo total \$
Placa de aluminio con vinil reflectivo (4,50x3,00m)	1	2.000,00	2.000,00
Portigo (3,30m)	2	500,00	1.000,00
Plintos de concreto de 180 kg/cm ² (300 mm x 300 mm x 500 mm)	2	15,00	30,00
COSTO TOTAL			3.030,00

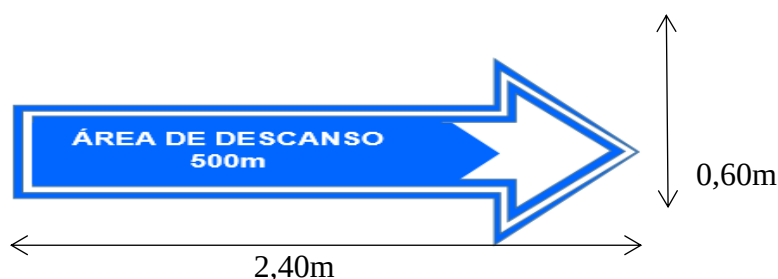
Elaborado por: Autor del proyecto

Señalización para el turista.

Se diseñará varias señaléticas tipo troqueladas con forma de flechas en el sentido que indica la dirección del servicio requerido con una medida de 2,40x0,60mm, el cual, es un

instrumento específico de circulación y señala la aproximación de alguna actividad; el nombre común, científico y familia de las especies de flora o fauna, entre otros, y de cada ruta agroturística.

Figura 3. Diseño referencial de una señalética



Elaborado por: Autor del proyecto

Tabla 8. Materiales y costos referenciales para una señalización turística

Materiales y costos de señalética			
Material	cantidad	Valor unitario \$	Costo total \$
Placa en aluminio con vinil reflectivo de 2mm (2,40x0,60m)	1	85,00	85,00
Postes (3,30m)	2	30,00	60,00
Plintos (40mm x 40mm)	2	15,00	30,00
COSTO TOTAL			175,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Tabla 9. Materiales y costos referenciales de las señaléticas turística para cada uno de las propiedades

Propiedades	N° señalización turística	Valor unitario \$	Costo total \$
Finca El Zapanal 1 (Propietario Señor Alfonso Herrera)	8	175,00	1.400,00
Finca el Zapanal 2 (Propietario Byron Herrera)	8	175,00	1.400,00
Finca "Señor. Luis Aníbal Arboleda (1)	8	175,00	1.400,00

Finca la Olivita (Jorge Sanmartín)	8	175,00	1.400,00
COSTO TOTAL			5,600,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Pictogramas.

Se diseñará varios pictogramas para cada sendero con una medida de 600mm x 600mm, el cual es un elemento fundamental para brindar información a través de signos y símbolos de los servicios que se oferta al visitante para facilitar su localización y travesía.

Tabla 10. Presupuesto referencial de materiales y costos de 1 pictograma

Materiales y costos del modelo de un pictograma			
Material	Cantidad	Valor unitario \$	Costo total \$
Placa de aluminio vinil reflectivo 2mm (600mmx600mm)	1	48,00	48,00
Plintos de concreto de 180 kg/cm2 (40mmx40mm)	2	15,00	30,00
Postes (3,30m)	2	30,00	60,00
COSTO TOTAL			138,00

Elaborado por: Autora del proyecto

Tabla 11. Presupuesto referencial de cada pictograma de las tres propiedades

Propiedades	N° señalización turística	Valor unitario \$	Costo total \$
Finca El Zapanal 1 (Propietario Señor Alfonso Herrera)	14	138,00	1.932,00
Finca el Zapanal 2 (Propietario Byron Herrera)	16	138,00	2.208,00
Finca “Señor. Luis Aníbal Arboleda”	13	138,00	1.794,00
Finca la Olivita. Señor Jorge Sanmartín	14	138,00	1.932,00
COSTO TOTAL			7.866,00

Elaborado por: Autor del proyecto.

Estrategias 3. Desarrollar estrategias del Mix de Marketing para promover los atractivos

El recinto La Envidia posee una diversidad de fincas con potenciales de recursos turísticos que contiene una variedad de productos agrícolas, árboles frutales, vista panorámica, observación de flora y fauna, áreas de recreación, camping, ríos caudalosos, entre otros, sin embargo, en la presente propuesta se ha seleccionado a la población del recinto y tres propiedades a las cuales van dirigidas las estrategias planteadas.

Estrategias de las 4P

Las estrategias del marketing mix para promover el producto considera: segmentación del mercado, la misión y visión, la estrategia del producto en el que se diseñó la identidad visual corporativa (logotipo y slogan); el portafolio de productos en el que se incluirán las actividades de ocio y recreación que se pueden realizar durante las visitas; las estrategias de distribución en el que se incluye los canales de distribución para dar a conocer los atractivos a los visitantes; los precios de los servicios a ofertar; la publicidad en los medios hablados y *online*; la promoción de ventas; y, las relaciones públicas entre el público y los ofertantes de servicios, considerando para ello, el cumplimiento de las 4 P (Precio, Promoción, Producto y Publicidad).

Segmentación del mercado.

Los recursos existentes de las tres propiedades seleccionadas del recinto La Envidia están dirigidos como objetivo inmediato hacia la población del cantón Pangua y de la Mana, de manera abierta; sin importar su status social, profesional y económico; interesados en participar en recorridos de observación y recolección de productos agrícolas y frutos, degustación de comida típica, caminata y/o excursionismo en las áreas adyacentes a los ríos, observación de flora y fauna y las cascadas, entre otros.

Misión y visión

Se considerará la misma visión y misión establecidas para promover el recinto La Envidia como sitio de interés turístico.

Slogan y Logotipo

Ven disfruta de “experiencias inolvidables”

Figura 4. Logotipo



El slogan define al recinto La Envidia como:

Ven: Representa salir de la rutina, dejar lo habitual, gozar y disfrutar de experiencias inolvidables.

Nuevas experiencias en tu vida: realizar actividades agroturísticas que le provean conocimiento y experiencias en actividades de producción, deportivas, recreación, flora y fauna y aventura en las cascadas entre otras.

“El logotipo es la representación de especies frutales y madereras, productos agrícolas, vista panorámica del paisaje agrícola y, cascadas, con mayor afluencia de visitantes”.

Hoy en día nos encontramos con personas de la generación milenarias en la cual mantienen un lema “*el tiempo no se recupera lo material sí*”, ellos manejan las nuevas tecnologías en las que actualmente son muy rentables y factibles para cualquier proceso durante su travesía como son las redes sociales, páginas web, entre otros. Por tal motivo el turismo ha sido realizado y reconocido por muchas personas que han realizado viajes o visitas de varios

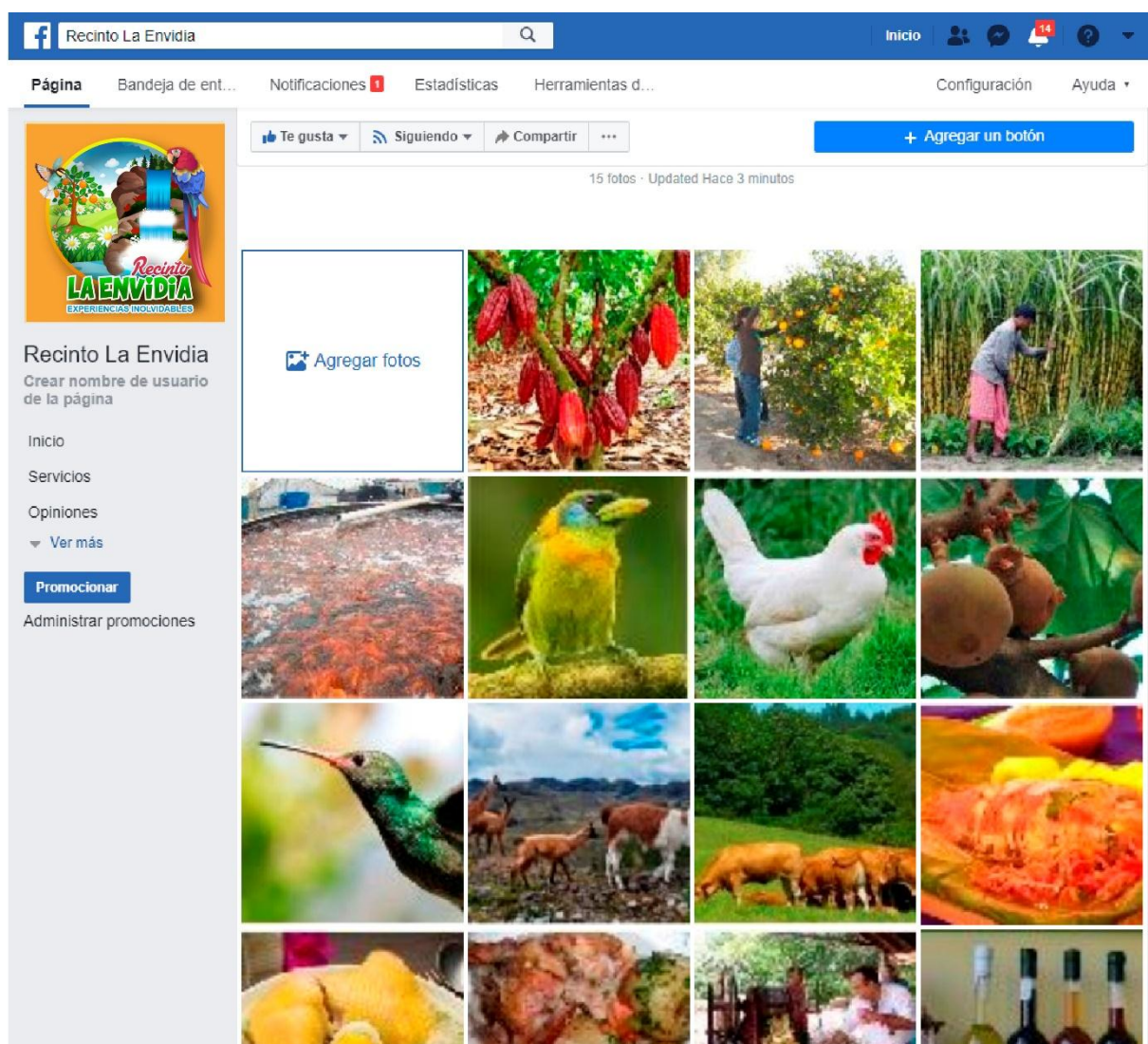
atractivos y destinos turísticos que posee Ecuador, ya sea cantonal, regional o nacional, con el fin de generar varias emociones en sus vidas y ser compartidas con su compañero de viaje o sus seres queridos.

Página online.

Se diseñó una página en Facebook con el nombre “Recinto La Envidia”, con el fin de facilitar de manera rápida y de fácil acceso, información general, fotografías, oferta de servicios, y del circuito agroturístico denominado “TRES RUTAS AGROTURISTICAS DEL RECINTO LA ENVIDIA”. De esta manera, se invitará a los visitantes a participar en el disfrute de nuevas experiencias en las diferentes fincas.

Figura 5. Página de Facebook de las tres rutas Agroturísticas





Elaborado por: Autor del proyecto

Medios radiales o prensa hablada.

Se realizará una cuña publicitaria en dos medios radiales con jingles publicitarios en la cual se hablará de los servicios y actividades que se realizará en el recinto La Envidia, por medio de las emisoras de Radio Viva 91.1. FM y Radio Color Stereo 105.3, durante 3 meses, en la que se difundirá el siguiente mensaje:

“¿Estas aburrido de hacer lo mismo?, ¿quieres hacer algo diferente?, ven y disfruta experiencias inolvidables. Te estamos esperando en el recinto La Envidia localizado en el cantón Pangua, donde encontraras fincas agroturísticas, áreas recreativas y una gran biodiversidad de flora y fauna, senderos, frutales, producción de cacao y Tilapias, cascadas el Zapanal, en un ambiente ecológico. Hay dos vías para llegar al recinto: se encuentra a 14

km desde la ciudad La Maná se identifica con un letrero en la vía de ingreso con el nombre: hacia las siete cascadas del Zapanal 14 Km.”

A continuación, se presenta el presupuesto de la publicidad en los dos medios radiales.

Tabla 12. Presupuesto referencial de la publicidad en los dos medios radiales

Medios radiales	Periodo	Presupuesto por viciña publicitaria \$	Presupuesto Total \$
Radio viva	3 meses	30,00	90,00
Radio Color Estéreo 105.3 FM	3 meses	30,00	90,00
Total			180,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Hojas volantes

Se diseñó una hoja volante que será impresa en papel Couche de 150 gr a full color mate, con una medida de 10 cm de ancho x 21 cm de largo, en el que se presentará una breve descripción de los productos y servicios a ofertar en cada una de las tres rutas agroturísticas del recinto La Envidia, con fotografías de cada una de ellas. Además, se agregó información del recinto, tales como: la ubicación y contactos disponibles en todo momento para atender cualquier inquietud de los interesados.

Figura 6. Diseño de una Hoja volante para el recinto La Envidia



Elaborado por: Autor del proyecto

Tabla 13. Presupuesto referencial de las hojas volantes

Materiales	Cantidad	Valor Unitario \$	Costo Total \$
Papel Couche de 150gr full color mate	1.000	0,29	35,00
TOTAL			35,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Productos “tres rutas agroturísticas del recinto la Envidia”.

Nombre de la ruta. "Cacaotera y Tilapias"

Finca la Envidia (“Señor. Luis Aníbal Arboleda).

Ruta 1. “Cacaotera y tilapias”

Distancia 14 km

Atractivos

Se ofrecerá conocimientos del proceso de producción del cacao, se brindará una explicación sobre la historia y las características propias del cultivo (viveros, siembra, técnicas de cultivo, manejo, tratamiento fitosanitario, cosecha y comercialización), también se podrá observar. Actividad piscícola como sistema de cultivo de Tilapia, en construcción, preparación y fertilización de estanques, llenado de estanques (cría y engorde) y el manejo de trabajo en estanques (alimentación, muestreos, control de densidad Fitoplancton y la medición de la concentración de oxígeno)

Fotografía de cacao



fotografías de producción de tilapias



Elaborado por: Autor del proyecto

Nombre de la ruta. "Frutales"

Finca la Olivita (“Señor Jorge Sanmartín).

Ruta II. “Frutales”

Distancia: 17 km

Atractivos

Consiste en un recorrido guiado por los sembríos: achotillo, maracuyá, caña de azúcar, papaya, naranjas, Zapote entre otros, en el que se explicará las características propias del cultivo (siembra, técnicas de cultivo, manejo, tratamiento fitosanitario, cosecha y comercialización), y se dará a degustar la fruta, jugos, dulces, mermeladas, entre otros a cada uno de los visitantes. Además, podrán disfrutar de un paseo a caballo, y realizar observación de flora y fauna

Fotos



Elaborado por: Autor del proyecto

Nombre de la ruta. " Ascenso y descenso de las chorreras de Zapanal la cual se realizará en el recinto La Envidia.

Hacienda El Paraíso de la Envidia y las Chorreras Encantadas ("Señor. Alfonso Herrera y Byron Herrera)

Ruta 1V "Las 7 Cascadas del Zapanal

Distancia: 14 km.

Atractivos.

Practica de ciclismo de montaña, observación de flora y fauna, visita a las chorreras del Zapanal, observación de sembríos de árboles frutales como cítricos, guaba, papaya, cabañas y las hermosas chorreras: 1. San Martín, 2. la Escondida, 3. La Muerte con 80 metros de

altura aproximadamente, la 4. cascada El Mirador, la 5. La cascada del amor 6 Cascada del Tobogán, y la 7 la Tina de Piedra o la Piedra de los arrepentidos.

Precio

Se detalló las diferentes actividades, servicios, área de recreación para niños, y otros, en la que ofrece cada ruta agroturística con un precio unitario, para facilitar a los visitantes o turistas que quieran realizar alguna actividad, por tal motivo se desarrolló un presupuesto para cada ruta agroturística con su costo total.

Tabla 14. Costo de las actividades de turismo rural del recinto La Envidia

Recorrido de tres Rutas		
Actividades	Costo del servicio/producto/persona \$	Responsables
Explicación de la Producción de cacao y tilapia, Pesca deportiva, (Finca La Envidia) Ruta 1	5,00 8,00	Sr. Aníbal Arboleda
Recorrido de frutales y degustación de los mismos Fotografía Paseo en caballo (Finca la Olivita) Ruta 2	8,00 4,00 3,00	Sr. Jorge Sanmartín
Explicación de la flora y fauna Recorrido y baños en las chorreras (sector el Zapanal Olivita) Ruta 3	4,00 4,00	Srs. Alfonso Herrera y Byron Herrera
TOTAL	36, 00	

Elaborado por: Autor del proyecto

Paquete turístico

Se diseñó un paquete promocional para el circuito agroturístico, el cual promueve el interés en visitar y recorrer las tres rutas agroturísticas por dos días con un grupo referencial de 13 personas, el cual ofertará una gran variedad de servicios, actividades y áreas de recreación, en la cual, el visitante podrá disfrutar con su familia, amigos, y pareja en cada una de las rutas, y apreciar la diversidad de especies de flora y fauna de especial interés, obtener conocimientos, relajarse, disfrutar, degustar y disfrutar del sabor de la comida típica del recinto.

LAS TRES RUTAS DEL DESARROLLO DE TURISMO RURAL EN EL RECINTO LA ENVIDIA

Código: 001

Duración: 2 días y 1 noche

Sistema: Desayunos, almuerzo, parrillada, cena, transporte y guianza

Accesibilidad: Todo el año

1) Itinerario

Día 1

07:00 Salida de la Mana

08:30 Llegada al recinto La Envidia

8h30:00 Recibimiento (*Ruta 1.*)

09:00Desayuno

9h10:40 Entrega de los equipamientos

09h50 Recorrido y explicación sobre el sembrío y proceso del cacao y sistema de cultivo de las tilapias

12h00 Picnic (almuerzo)

13h00 Explicación y procedimiento de los sembríos de frutas (*Ruta 2*)

16H00 Paseo en caballo

16:00 Regreso a la ruta 1.

19:30 Cena.

Día 2.

08:00 Desayuno

08:40 Breve explicaciones de sembríos agrícolas y arboles madereros del recinto la Envidia

09:00 Excursionismo sobre la flora y fauna

10:00 Breve explicaciones de la flora y fauna

10:30 Visita a las chorreras

15:00 Regreso a la Ruta 1

16:15 Regreso a la ciudad de la Maná

17:00 Fin del servicio.

2) Descripción.

Día 1: La Mana -recinto La Envidia. Al llegar al recinto podrás observar una gran variedad de productos agrícolas, vistas panorámicas, su gente alegre y acogedora en la cual el visitante se sentirá en familia. En las dos primeras rutas agroturísticas: “Cacaotera y tilapias”, “Frutas, se brindará información de los cultivos, se realizarán diferentes actividades como: recorridos, observación, paseo a caballo, observación de flora-fauna y degustar de la comida típica del recinto. Se brindará productos cultivados en la zona.

Día 2: Se visitará: “El Paraíso de la Envidia y las Chorreras Encantadas “en la cual podrán realizar un recorrido, se brindará una guianza para recorrer las áreas donde hay mayor presencia de flora y fauna, tomar fotos realizar la caminata hacia las Chorreras del Zapanal podrán acceder a breves explicaciones en cada una de las chorreras, y se ofrecerá como servicio final una parrillada en la cabaña del río

Que llevar

- ✓ Bloqueador solar
- ✓ Agua para hidratarse
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Ropa deportiva, gorra y gafas solares
- ✓ Pastillas farmacéuticas
- ✓ Botas de caucho

Que no llevar

- ✓ Bebidas alcohólicas
- ✓ Aerosoles
- ✓ Armas de fuego y cortopunzantes
- ✓ Equipos de sonido (no alterar el sitio con ruido)

El paquete incluye

- ✓ Transporte durante el recorrido (autobús, bicicletas, equipos de seguridad, implementos de juegos deportivos)
- ✓ Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 cena y una parrillada)
- ✓ Alojamiento en las cabañas del Zapanal.
- ✓ Guías

El paquete no incluye

- ✓ Comidas no específicas
- ✓ Gastos personales
- ✓ Bebidas extras
- ✓ Propinas
- ✓ Ropa deportiva

Tabla 15. Costo del paquete “Las tres rutas agroturísticas del recinto La Envidia

Paquete: “Las tres rutas agroturísticas del recinto La Envidia”					
Concepto	Costo Total	Número de pasajeros			
		13-17 PA. Precio U	9-12 PA. Precio U	5-8 PA. Precio U	1-4 PA. Precio U
Costos fijos	330,00	25,38	36,67	66,00	330,00
1 transporte terrestre	300,00	23,08	33,33	60,00	300,00
2 Guianza	30,00	2,31	3,33	6,00	30,00
Costos variables	518,00	113,50	113,50	113,50	113,50
2 Desayuno	39,00	5,00	5,00	5,00	5,00
1 Almuerzo	65,00	5,00	5,00	5,00	5,00
3 rutas agroturísticas	414,00	103,50	103,50	103,50	103,50
SUBTOTAL	848,00	138,88	150,17	179,50	443,50
Gastos administrativos y de ventas 10%	932,80	152,77	165,18	197,45	487,85
Gastos de depreciación 10%	1.026,08	168,05	181,70	217,20	536,64
Utilidad 10%	1.128,69	184,86	199,87	238,91	590,30
Impuestos 12%	135,44	22,18	23,98	28,67	70,84
PRECIO DE VENTA	1.264,13	207,04	223,86	267,58	661,13

Elaborado por: Autor del proyecto

Estrategia 4. Elaboración del presupuesto del plan de promoción turística

En la tabla No 45. se presenta el presupuesto referencial de los costos de las adecuaciones que deben realizarse en las fincas consideradas para la promoción agroturística del recinto La Envidia. Se incluye: las actividades de capacitación, adecuación de la infraestructura, precios totales (referenciales) que debe incurrir el propietario de cada una de las fincas para brindar un servicio de calidad a los visitantes o turistas.

Tabla 16. Costo total de las actividades e infraestructuras que se pretende realizar para el mejoramiento de las tres rutas agroturísticas

Actividades	Responsables	Tiempo	Costo \$
Capacitación para los beneficiarios de las 3 rutas	*Departamento de Turismo, Cultura y patrimonio del GAD de Pangua *Ministerio del Ambiente (MAE) *Promotor de la carrera de Ingeniería en Ecoturismo	7 días	403, 00
Sendero	*Propietario	6 meses	2.329,00
Croquis	*Prefectura de la provincia de Cotopaxi *GAD de Pangua (Departamento de turismo, cultura y patrimonio)	3 meses	3.030,00
Pictogramas	*Propietario	6 meses	7.866,00
Señalización	*Propietario	6 meses	5.600,00
Medios radiales o prensa hablada.	*Propietario *Difusión por parte del GAD de Pangua	3 meses	180,00
Hojas volantes.	*Propietario *Difusión por parte del GAD de Pangua	3 meses	35,00
COSTO TOTAL			19.443,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Tabla 17. Precios totales referenciales de las tres rutas agroturísticas del recinto La Envidia

Fincas Agroturísticas	Responsables	Costo \$
Finca La Envidia Ruta 1.	Sr. Luis Arboleda.	13,00
Finca La Olivita Ruta 2.	Sr Jorge Sanmartín	15,00
El Zapanal Ruta 3.	Sres.: Alfonso Herrera y Byron Herrera	8,00
COSTO TOTAL		36,00

Elaborado por: Autor del proyecto

Estrategia 5. Incentivar a las autoridades gubernamentales a apoyar al desarrollo de proyectos o emprendimiento turísticos que promueva el turismo rural en el recinto La Envidia y el sector.

Se realizará una invitación a los señores: Alcalde del cantón Pangua, al representante del Departamento de Turismo, Cultura y, Patrimonio, Ministerio del Ambiente y del municipio antes referido, los directivos del recinto la Envidia (Presidente de la comunidad y directorio) y a los propietarios de las tres fincas seleccionadas y participantes, en el que están dispuesto a participar en el desarrollo del Turismo Rural modalidad agroturismo y turismo de aventura, quienes se comprometieron reunirse y gestionar para que el presente proyecto con los resultados obtenidos y la propuesta socializada, a fin de motivar el interés para su ejecución, beneficiando de esta manera al desarrollo de proyectos agro-sostenibles y agro-sustentables en beneficio a la habitantes del recinto La envidia y poblaciones aledañas, que serán beneficiadas de manera indirecta y mejoraran su calidad de vida.

Anexo 8. Encuesta para la Selección de expertos

Estimado Colega:

Usted ha sido considerado como potencial experto para la validación de una propuesta científica en el ámbito de su actuación profesional. Por favor, sírvase contestar el siguiente cuestionario. Le agradecemos de antemano por su colaboración en esta etapa de la investigación:

Nombre y apellidos:

Institución en la que trabaja actualmente:

1. Título universitario o grado científico obtenido (maque con una “X”):

Licenciatura o Ingeniería	
Máster en Ciencias	
Trabajando por el grado de Doctor	
Doctor en Ciencias	

2. Años de experiencia en el ámbito en el que se desarrolla la investigación (marque con una “X”):

De cinco a diez años	
Más de 10 años	
Más de 15 años	
Más de 20 años	

3. Cantidad de proyectos en los que ha participado relacionados con el ámbito de la investigación que se desarrolla (marque con una “X”):

Menos de cinco proyectos	
Entre cinco y ocho proyectos	
Entre ocho y diez proyectos	
Más de diez años	
No ha participado en proyectos	

4. Participación como decisor en proyectos, programas o políticas relacionadas con el ámbito de la investigación (marque con una “X”):

En menos de cinco ocasiones	
Entre cinco y ocho ocasiones	
Entre ocho y diez ocasiones	
Más de diez ocasiones	
No ha participado como decisor	

5. Publicaciones científicas desarrolladas en el ámbito donde se desarrolla la investigación (Marque con una “X”):

Entre una y cinco publicaciones	
Entre cinco y ocho publicaciones	
Entre ocho y diez publicaciones	
Más de diez publicaciones	
No tiene publicaciones	

6. Participación en la elaboración de materiales metodológicos, proyectos estratégicos, normativas, informes de asesoría o consultoría presentados a diversas instancias decisoras (Marque con una “X”):

Entre una y cinco ocasiones	
Entre cinco y ocho ocasiones	
Entre ocho y diez ocasiones	
Más de diez ocasiones	
No ha elaborado materiales de este tipo	

Anexo 9. Cuestionario para validar las estrategias a través del método de expertos

Estimado Experto

Usted ha sido considerado como un especialista de alto nivel, de acuerdo con los criterios de selección en la investigación, para evaluar y validar los resultados fundamentales de la misma. A tales efectos, le adjuntamos un resumen de la propuesta desarrollada, la cual constituye el resultado fundamental de la investigación, para que en su calidad de experto la evalúe y emita los criterios que le merece la misma.

Su colaboración en esta etapa de la investigación es considerada de vital importancia, por lo que le solicitamos sus apreciados criterios, los que se le agradecería colocar en la tabla que se le presenta a continuación, empleando la siguiente escala de valoración:

1. Muy baja o insuficiente
2. Débil o bajo
3. Moderada o regular
4. Satisfactoria o buena
5. Elevada o muy buena

No.	Criterio de evaluación:	Valoración				
		5	4	3	2	1
1	Pertinencia de las estrategias y acciones					
2	Estrategias Viables					
3	Coherencia lógica de las estrategias					
4	Consistencia metodológica de las estrategias					
5	Factibilidad de la aplicación de las estrategias y acciones					
6	Importancia de los beneficios esperados con la aplicación de las estrategias y acciones					
7	Coherencia y lógica de las estrategias.					
8	Valoración general de las estrategias y acciones					

Si usted considera necesario incluir otros criterios adicionales sobre la propuesta, por favor, sírvase exponerlos a continuación (no se sienta obligado a emitirlos):

1) _____

2) _____

Anexo 9. Método de ANOCHI

	Pertinencia de las estrategias y acciones	Estrategias Viables	Coherencia de las estrategias	Consistencia metodológica de las estrategias	Coherencia lógica de las estrategias	Factibilidad de la aplicación de las estrategias	Importancia de los beneficios esperados	Valoración general de las estrategias
E1	5	5	5	4	5	5	5	5
E2	5	5	5	4	4	5	5	4
E3	5	5	5	5	5	4	5	5
E4	5	5	5	4	5	5	4	5
E5	4	4	5	5	5	5	5	4
E6	5	5	4	5	5	5	5	5
E7	4	4	4	4	4	5	4	4
E8	5	5	5	5	5	5	5	5
E9	5	5	3	5	4	4	5	4
Media	4,78	4,78	4,56	4,56	4,67	4,78	4,78	4,56
Diferencia de rangos	14	14	44	18	18	14	14	20

Índice de discrepancia	0,17	0,17	0,54	0,22	0,22	0,17	0,17	0,25
Factor de concordancia	0,83	0,83	0,46	0,78	0,78	0,83	0,83	0,75
Valoración	Muy Buena	Muy Buena	Regular	Buena	Buena	Muy Buena	Muy Buena	Buena

n	9
n/2	4,5
D máxima	81

Entrevista al Vice-Alcalde y Coordinadora de departamento de Cultura y Deporte



Encuesta los visitantes del Recinto La Envidia



Encuesta a las familias del Recinto La Envidia



Producción de piscina de Tilapia en la finca La Envidia

