



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

**Estrategias como una Alternativa para el Fomento del Agroturismo en la finca “DEL RIO”, Comunidad La Palma, Cantón Chinchipe.**

Autor 1<sup>1</sup>  
Garcia Reinoso Rosibel Tatiana

Autor 2<sup>1</sup>  
Quinaloa Ramirez Josselyn Jessenia

Autor 3, PhD<sup>2</sup>  
Manosalva Vaca Luis Oswaldo

**Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida, Carrera de Turismo**

***Resumen***

El agroturismo surge como una nueva modalidad del turismo rural que se compone de un conjunto de actividades relacionadas con la agricultura, sin embargo, existen lugares como es el caso de la finca “Del Rio” que tiene potencial agroturístico, pero no cuenta con un adecuado manejo para el desarrollo de la misma, debido a que desconoce la información necesaria que le permita tener una visión de cómo adaptar sus actividades de producción agrícolas con el turismo. El objetivo de la investigación es proponer estrategias para el fomento del agroturismo en la finca “Del Río”, Comunidad La Palma, Cantón Chinchipe, debido a que no se ha encontrado investigaciones recientes sobre el aporte de estrategias agroturísticas en el lugar. La metodología de la investigación fue mediante un diseño cualitativo de tipo fenomenológico mediante la aplicación de entrevistas con un horizonte transversal, los resultados indicaron que existe escasa educación-capacitación, falta de infraestructura, vías de acceso en mal estado, insuficiente promoción y limitado apoyo económico, destacando que la finca cuenta con atractivos naturales y culturales. Las acciones propuestas por cada estrategia establecida permitirán contrarrestar las dificultades mencionadas, logrando una visión más concreta para mejorar el desarrollo del agroturismo.

***Palabras Clave:*** finca, agroturismo, turismo, estrategia, desarrollo.

Agrotourism emerges as a new modality of rural tourism that is composed of a set of activities related to agriculture however, there are place such as the Finca “Del Rio” that has agrotourism potential, but does not have an adequate management for the development of the same, because you do not know the necessary information that allows him to have a vision

of how to adapt his agricultural production activities with tourism. The objective of the research is to propose strategies for the promotion of the agrotourism in the farm “Del Rio” La Palma Community, Canton Chinchipe, because no recent research has been found on the contribution of agrotourism strategies in the place. The methodology of the research was through a qualitative design of phenomenological type through the application of interviews with a transversal horizon, the results indicated that there is little education-training, lack of infrastructure, Access roads in disrepair, insufficient promotion and limited economic support, highlighting that the farm has natural and cultural attractions. The actions proposed by each strategy established will allow to counteract the aforementioned difficulties, achieving a more concrete vision to improve the development of agrotourism.

**Keywords:** farm, agrotourism, tourism, strategy, development.

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica y social de gran importancia para muchos países a nivel mundial debido a la aportación de ingresos económicos que genera, es por ello que el Ministerio de Turismo a través del Plan Estratégico busca impulsar al Ecuador a través de 11 líneas de productos turísticos, identificando el agroturismo como un producto prioritario y potencial en el cual se incluyen a las haciendas, fincas y plantaciones (González, Iturralde, & Morales, 2016, p.32). El agroturismo se ha convertido en un dinamismo que complementa a las actividades agrícolas, actividades que son ejecutadas por pequeños productores, generando diversas alternativas que permiten mejorar sus ingresos económicos no tan solo en el lugar donde se desarrolla sino también en la comunidad y el país.

En la actualidad se ha visualizado el agroturismo como una nueva estrategia post-COVID-19, modalidad que ha ido tomando fuerza ya que el sector agropecuario ha garantizado la alimentación a la población durante y post-pandemia, debido a esto existe un segmento de mercado interesado en conocer este tipo de turismo. “El agroturismo es una actividad que brinda a los productores y comunidades rurales, la oportunidad de vincular el desarrollo agropecuario con el desarrollo de una actividad recreativa” (Peralta & Li, 2017, p. 45). Actividades en la que se ofrecen diversos servicios a los visitantes como la gastronomía, alojamiento, paseos guiados, actividades rurales cotidianas y venta de productos artesanales, además provee a los productores de un ingreso que impacta positivamente en su economía.

A pesar de que en la actualidad se ha determinado un creciente interés de la población nacional e internacional de esta nueva alternativa turística, existen algunos limitantes para que su desarrollo sea el adecuado, para Budowski (2002), mencionó que el principal obstáculo para el desarrollo del agroturismo es la carencia de personal entrenado para interpretar de forma atractiva y con suficientes conocimientos científicos, las prácticas que más atraen a los turistas. Tampoco se ha “explotado” la forma de satisfacer el interés de los visitantes por participar en la cosecha de productos agrícolas o en la elaboración de un queso, por ejemplo. En muchas de las ofertas, además, falta interacción y prevalece el efecto



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

demostrativo, por razones de tiempo, de logística o porque no siempre el producto de interés está disponible durante todo el año (p.121).

“Del Río”, es una de las fincas que se encuentra ubicada en la comunidad “La Palma”, Parroquia San Andrés, Cantón Chinchipe, de la Provincia de Zamora Chinchipe, cuenta con un gran potencial para el desarrollo del agroturismo, en la actualidad la finca se dedica a la producción orgánica del café de altura, siendo esta su principal actividad agraria, cabe mencionar que dentro de este lugar se realiza hace 5 años la siembra y la cosecha orgánica del café, que consiste en la producción sin utilizar sustancias químicas, convirtiéndolo en un producto de calidad. La Finca forma parte de la asociación “ACRIM” (Asociación agropecuaria Artesanal de productores orgánicos “Cuenca del Río Mayo”).

El producto principal obtenido de la finca “Del Río” es el café orgánico, el cual es exportado a Alemania, Colombia y pretendiendo este año exportar a Canadá, el segmento del mercado que adquiere el producto, es motivado a conocer el proceso de producción por tal razón visitan la finca en coordinación con el dueño, realizando un recorrido para conocer las diferentes fases de producción orgánica, permitiendo al visitante informarse sobre los procesos de las diferentes etapas, desde la siembra hasta el secado.

En la zona agropecuaria de la comunidad La Palma existen algunas fincas privadas que poseen características para el desarrollo del agroturismo, pero no son valoradas para tal fin en consecuencia de la ausencia de información, sin embargo, en la finca “Del Río” ha surgido la idea de vincular el proceso de producción del café, recursos naturales y belleza paisajística para generar esta actividad, el propietario tiene proyectos a futuro, debido a esto ha surgido el deseo de enriquecer sus conocimientos en el tema.

El Sr. Ángel Jiménez, propietario de la finca alude que una de las principales dificultades que presenta la finca “Del Río”, es el inadecuado manejo para realizar las actividades agroturísticas, debido a que desconoce la información necesaria que le permita tener una visión de cómo adaptar sus actividades de producción agrícolas, con el turismo, además se puede observar otras delimitaciones a la hora de recibir al turista, ya que no cuenta con el servicio de alojamiento, restauración, personal capacitado, debido a la falta de información, por estas razones no se ha logrado fomentar adecuadamente el turismo, ante esta problemática se ha visto necesario plantear la siguiente pregunta, ¿De qué manera se podría fomentar el turismo en la finca “Del Río” Comunidad, La Palma, Cantón Chinchipe?.

El proceso de esta investigación es considerado de gran importancia, ya que se direcciona a una modalidad de turismo sostenible y responsable, que se lo realiza en las zonas rurales, como motor dinamizador de las comunidades, la idea central del agroturismo es poner en contacto directo al visitante con las actividades que se desarrollan en el lugar, en base al problema determinado, de la falta de conocimiento por parte del propietario, se ha enfoca en implementar estrategias para fomentar el agroturismo en la finca “Del Río”, aprovechando los recursos naturales y antrópicos con los que cuenta el lugar, beneficiando directamente al

propietario en la aportación de ideas para su conocimiento, contribuyendo en la mejora del espacio para desarrollo de las actividades agroturísticas. La importancia de las estrategias radica en el manejo adecuado de las actividades agroturísticas a través de acciones, beneficiando directamente a la finca “Del Río”.

De la misma forma se beneficiará a la población de la comunidad La Palma mejorando su calidad de vida de manera directa, al desarrollarse pequeñas fuentes de trabajo dentro de la finca, al promover el turismo también aportará de forma indirecta, generando ingresos económicos a los habitantes, por medio de la venta de productos de su localidad y emprendiendo en pequeños negocios que complementa a la actividad turística, satisfaciendo las necesidades de los visitantes.

La Finca “Del Río” no se encuentra capacitada para el desarrollo adecuado de las actividades agroturísticas, por esta razón es necesario efectuar estrategias que permitan tener un enfoque claro, en temas relacionados con el agroturismo. El presente trabajo de investigación proyectado en este sitio servirá como alternativa para fomentar el turismo, a través del diseño de estrategias que den solución a los problemas provocados por diversos factores. La importancia de estas estrategias radica en el manejo adecuado de las actividades agroturísticas a través de acciones, beneficiando directamente a la finca a partir de la investigación.

Los objetivos planteados para el desarrollo de la presente investigación se basan en diagnosticar el estado de la situación actual de la finca “Del Río”, Comunidad la Palma, para posterior aplicar la metodología de FODA estratégico para la generación de estrategias apropiados, diseñando acciones concretas para el cumplimiento de las estrategias, como una alternativa para mejorar la actividad agroturística y fomentar el turismo en la finca “Del Río”, Comunidad La Palma, convirtiéndose en un lugar visitado con mayor frecuencia.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS/METODOLOGÍA**

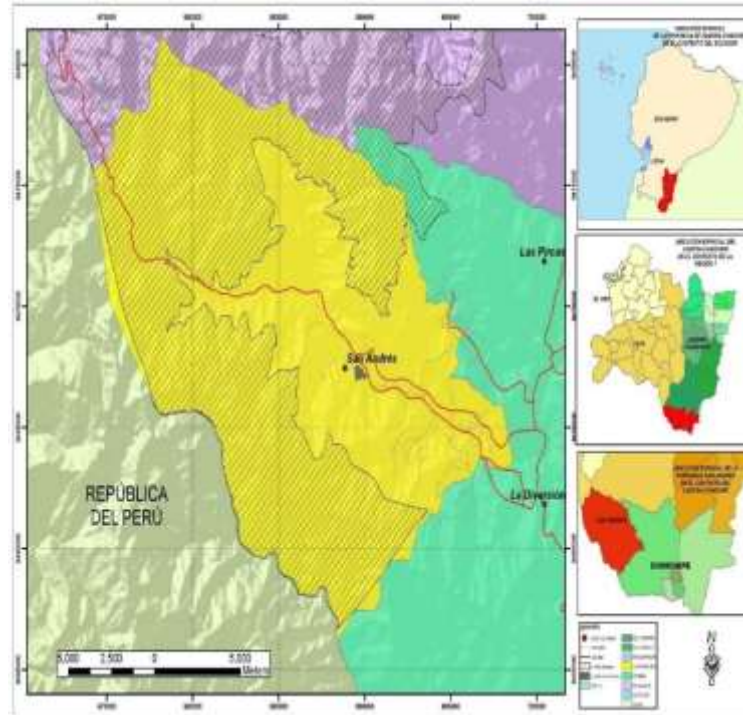
El presente estudio se realizó en la Provincia de Zamora Chinchipe. La Provincia de Zamora Chinchipe tiene una superficie de 10.572,03 Km<sup>2</sup>, extensión que representa el 4.4% del territorio Nacional. Sus cantones son los siguientes: Zamora, Chinchipe, Nangaritza, Yacuambi, Yantzaza, El Pangui, Centinela del Cóndor, Palanda, Paquisha. El cantón Chinchipe donde se llevará a cabo el proyecto, tiene un área de 1156.0 km<sup>2</sup>, está conformada por las parroquias de Zumba, Chito, El Chorro, San Andrés, La Chonta y Pucapamba. La Parroquia San Andrés está distribuido por 5 Asentamientos rurales como son: La Palma, Padilla, Peña Blanca, Pueblo Nuevo y el Castillo (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial Zamora Chinchipe [GADPZCH] 2019).

El área específica de estudio se llevó a cabo en la finca “Del Río”, Sector La Palma, el cual se encuentra ubicado a 40 minutos en transporte vehicular desde la vía principal (Zumba-San Andrés), para llegar al sector se ingresa por la vía de segundo orden conocida como “Vía las Palmas”. La finca “Del Río” tiene una superficie de 10.7072 Has, limita con



la quebrada Tarrangani, Señor Abad Jiménez.

**Figura1. Mapa Base de la Parroquia San Andres.**



**Fuente:** CINFA UNL 2018

**Elaboración:** Luz Victoria Cabrera Álvarez.

Esta investigación se centró en un enfoque cualitativo. Quecedo & Castaño (2002), mencionó “En sentido amplio, puede definirse la metodología cualitativa como la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. Con un paradigma interpretativo por parte de los investigadores, según Lorenzo (2006), “El paradigma interpretativo profundiza en los diferentes motivos de los hechos, no busca la generalización, la realidad es dinámica e interactiva, tienen en cuenta el comportamiento de los otros/as actuando consecuentemente desde una perspectiva holística”. Mediante un diseño fenomenológico. Según Martínez, (2013), manifestó que “Son grabación de conversaciones, escribir anécdotas de experiencias personales”. Donde se analizó la perspectiva de las personas entrevistadas, y descriptivo en un horizonte trasversal, por medio de un instrumento de medición de entrevista estructurada, en el cual se analizó la información obtenida dirigida a los principales actores con el fin de levantar información necesaria para cumplir con los objetivos establecidos.

Para el cumplimiento del primer objetivo específico que es el diagnóstico de la situación actual del turismo, a través del cual se obtuvo información permitiendo conocer la realidad del turismo en la finca “Del Río”, iniciando desde una revisión bibliográfica, que han proporcionado datos de forma clara y precisa para que se cumpla el objetivo establecido, se

ha recopilado información del entorno externo, mediante la herramienta PESTEC=PESTE+C. Según Zúñiga (2018) manifestó que PESTE es una herramienta que permitirá analizar el ambiente externo en la que se desenvuelve una empresa desde los siguientes cinco ámbitos que pueden afectar de forma general a todas las empresas del medio o sector. Estos son: político, económico social, tecnológico y ecológico. Consecutivo se realizó la evaluación de los factores externos por medio de la matriz (MEFE).

En el ámbito del entorno interno se recolectó información a través de una entrevista, se utilizó la herramienta conocida como las “cinco fuerzas Productivas de Porter” (amenaza de nuevos participantes, el poder de los proveedores, el poder de los compradores, la amenaza de los productos sustitutos, rivalidad entre los competidores existentes) que forman la estrategia propuesta por Michael Porter. Continuadamente se elaboró la evaluación de factores internos por medio de la matriz (MEFI) entre fortalezas y debilidades con sus respectivas ponderaciones.

Para dar cumplimiento al segundo objetivo específico sobre aplicar la metodología de FODA estratégico para la generación de estrategias agroturísticas se efectuó una entrevista a los principales actores, realizando una transcripción de los datos verbales en texto a través de la herramienta TranscriberAG, permitiendo preparar los datos para asignar categorías y códigos facilitando el análisis, información que nos ayudó a contribuir en la elaboración de la matriz (MAFE) deriva directamente del FODA, permitió generar estrategias a partir de las fortalezas internas de la finca “Del Rio” aprovechando las oportunidades externas (FO), así como la disminución del impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas (FA), se busca la disminución de las debilidades y contrarrestar las amenazas (DA) y desde luego el mejoramiento de las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas (DO). A partir de la matriz (MEFE) y matriz (MEFI) se realizó el FODA.

Con el fin de cumplir el tercer objetivo, de diseñar acciones concretas para el cumplimiento de las estrategias agroturísticas, como una alternativa al fomento del turismo en la finca “Del Rio”, Comunidad La Palma, se estableció acciones necesarias que ayudarán al desarrollo de las mismas, para el cumplimiento de cada estrategia se tomó en cuenta al modelo de gestión de destinos que de acuerdo con Pearce (2016), el cual está compuesto por cuatro dimensiones que son: una aproximación, la cual comprende la necesidad de integrar la oferta y la demanda mediante un sistema, un proceso o un marco, el objetivo u objetivos de la gestión de destinos, las funciones o actividades necesarias para lograr los objetivos, las organizaciones o sistemas de gobernanza para efectuar cada función. Estas cuatro dimensiones ayudaron a establecer alternativas apropiadas para cada estrategia, facilitando la toma de decisiones respecto a los factores que se debían incluir en cada una (véase anexo 1).



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### Estado de la Situación Actual

Mediante el desarrollo del análisis PESTE+C, se detalló aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológico incluyendo competidores, (véase anexo 2), el análisis realizado va en función de aspectos externos (oportunidades y amenazas) que influye directamente en el desarrollo del agroturismo de la finca “Del Rio”.

**Tabla1. Matriz de Evaluación de Factores Externo.**

| <b>Factores por analizar</b>                     | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Puntuación Ponderada</b> |
|--|-------------|---------------------|-----------------------------|
| <b>OPORTUNIDADES</b>                             |             |                     |                             |
| Proyectos Agroturísticos impulsado por el MINTUR | 0,14        | 4                   | 0,56                        |
| Incremento de nuevas tendencias del mercado      | 0,1         | 3                   | 0,3                         |
| Apoyo de entidades privadas                      | 0,12        | 3                   | 0,36                        |
| Tendencias Tecnológicas                          | 0,11        | 4                   | 0,44                        |
| Nuevas preferencias del turismo                  | 0,1         | 2                   | 0,2                         |
| <b>Subtotal</b>                                  | <b>0,57</b> |                     | <b>1,86</b>                 |
| <b>AMENAZAS</b>                                  |             |                     |                             |
| Desinterés de los GAD                            | 0,07        | 2                   | 0,14                        |
| Pandemia (COVID-19)                              | 0,08        | 2                   | 0,16                        |
| Vías en mal estado                               | 0,09        | 3                   | 0,27                        |
| Inestabilidad económica                          | 0,1         | 1                   | 0,1                         |
| Cambios políticos                                | 0,09        | 2                   | 0,18                        |
| <b>Subtotal</b>                                  | <b>0,43</b> |                     | <b>0,85</b>                 |
| <b>TOTAL</b>                                     | <b>1</b>    |                     | <b>2,71</b>                 |

El total ponderado de la matriz MEFÉ en relación con los factores externos, (oportunidades y amenazas) corresponde al valor total 2.71, esto demuestra que la finca “Del Rio”, está por encima de la media (2,5) lo cual significa que la finca agroturística está respondiendo bien a las oportunidades y manejando las amenazas externas. El peso ponderado de las oportunidades hace referencia al valor de 1.86 mientras que la amenaza obtuvo un valor menor con un peso ponderado de 0,85 lo cual indica que el entorno externo

de la finca es favorable.

A través de la herramienta establecida por Porter, se analizó las cinco fuerzas que conforman la competencia (amenaza de nuevos participantes, el poder de los proveedores, el poder de los compradores, la amenaza de los productos sustitutos, rivalidad entre los competidores existentes) (véase anexo 3), información que aportó para la realización de la matriz de evaluación de factores internos (MEFI), fortalezas y debilidades permitiendo recopilar los factores más importantes y determinantes de la finca “Del Rio”.

**Tabla2. Matriz de Evaluación de Factores Internos**

| <b>Factores por analizar</b>                             | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Puntuación Ponderada</b> |
|--|-------------|---------------------|-----------------------------|
| <b>FORTALEZAS</b>  |             |                     |                             |
| Visitas de turistas extranjeros                          | 0,12        | 4                   | 0,48                        |
| Recursos naturales y culturales                          | 0,1         | 4                   | 0,4                         |
| Pionera en la incrementación de agroturismo en el sector | 0,11        | 3                   | 0,33                        |
| Pertenece a la asociación ACRIM                          | 0,09        | 3                   | 0,27                        |
| Auto capacitación fuera del país                         | 0,08        | 4                   | 0,32                        |
| <b>Subtotal</b>  | <b>0,5</b>  |                     | <b>1,8</b>                  |
| <b>DEBILIDADES</b>                                       |             |                     |                             |
| Limitación a las vías de comunicación                    | 0,08        | 2                   | 0,16                        |
| Escasa promoción   | 0,1         | 1                   | 0,1                         |
| Personal no calificado                                   | 0,09        | 1                   | 0,09                        |
| Falta de ingresos económicos                             | 0,12        | 2                   | 0,24                        |
| Falta de adecuación en infraestructura                   | 0,11        | 2                   | 0,22                        |
| <b>Subtotal</b>  | <b>0,5</b>  |                     | <b>0,81</b>                 |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1</b>    |                     | <b>2,61</b>                 |

El total ponderado de la matriz MEFI en relación con los factores internos, (Fortalezas y Debilidades) corresponde al valor total 2.61, esto demuestra que la Finca “Del Rio”, está por encima de la media (2,5) lo cual significa que la finca agroturística respondiendo de forma positiva a las fortalezas y manejando las debilidades internas. El peso ponderado de las fortalezas hace referencia al valor de 1.80 mientras que la debilidad obtuvo un valor menor con un peso ponderado de 0,81 lo cual indica que el entorno interno de la finca es favorable.

### **Generación de Estrategias**

Para la elaboración de las estrategias se utilizó la entrevista estructurada (véase anexo 4) previamente realizada a los principales actores (véase anexo 5), obteniendo información relevante que facilitó determinar categorías para una mejor comprensión de las ventajas y desventajas perceptibles con relación al agroturismo en finca “Del Rio” desde el punto de vista de cada uno de los involucrados (véase anexo 6).





**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

Según la información obtenida en las entrevistas se determinó categorías donde se aprecia que en la finca “Del Rio” existe una falta de educación y por ende personal calificado, debido a que no se ha dado una formación necesaria, a pesar de que la Universidad Nacional de Loja junto con la Universidad Técnica Particular de Loja, la Empresa CARABELA y la asociación ACRIM han realizado capacitaciones con temas relacionados a la agricultura (café) a los miembros que integran la asociación, sin embargo no hay conocimiento en agroturismo, por lo cual han optado en introducir temas relacionados al turismo como una nueva alternativa por el potencial favorable que existe en cada una de ellas, sin quitarle la importancia de la auto capacitación que algunos propietarios de las fincas han adquirido por interés propio permitiendo tener una visión en desarrollar agroturismo.

Como segunda percepción se detalló que la finca “Del Rio” no cuenta con infraestructura adecuada como es el caso de alojamiento, áreas de alimentos y bebidas para el confort del visitante, además la finca tiene caminos a las diferentes actividades, pero no están diseñados para realizar un recorrido apropiado, también según las aportaciones que han realizado los entrevistados se obtiene un factor negativo para la finca “Del Rio”, donde factores inherentes, como las vías que se encuentran en mal estado que han dificultado el ingreso al lugar, el sector no cuenta con un medio de transporte público que facilite el acceso a la comunidad limitando la llegada de turistas, actualmente el ingreso se lo realiza por medio de transporte privado.

Como factor positivo para el desarrollo de la finca según los entrevistados que han tenido la oportunidad de conocer comentan que el lugar cuenta con recursos naturales como es la cascada, el bosque, un clima cálido-frío, que provee de productos que no se dan en otras zonas, también se visualiza una belleza paisajística y cuenta con recurso cultural que se ha creado por la historia de la comunidad aspectos que fortalece el turismo en el lugar. Como factor negativo se determinó que no existe apoyo económico por entidades exteriores que no están direccionadas a la actividad turística, hasta la actualidad no se ha obtenido una respuesta positiva de las entidades competentes, percibiendo el desinterés de las autoridades gubernamentales.

En el aspecto de la promoción en relación con el agroturismo de la finca es escasa sin destacar la promoción por parte de los visitantes que publican en sus redes sociales, además, existe una promoción en línea de la plataforma ACRIM donde comercializa el café, lo cual se considera una forma de promoción en el extranjero, directamente la finca no cuenta con una fuentes de promoción específica como las redes sociales, páginas web, plataformas entre otros ya sea por desconocimiento del manejo al acceso tecnológico.

La información obtenida de acuerdo a los métodos y técnicas establecidas previamente son la base para determinar un panorama más amplio de la situación actual que nos permitió establecer fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas con la actividad agroturísticas en la finca “Del Rio” y poder crear estrategias adecuadas para el

fortalecimiento de la misma por medio de la matriz analítica de formación de estrategias (MEFE), considerando las más prioritarias para aportar en el mejoramiento de la finca (ver anexo 7).

**Tabla3. FODA**

| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>   |
|--|--|
| Visita de turistas extranjeros<br>Recursos naturales y culturales<br>Pionera en la incrementación de agroturismo en el sector<br>Pertenece a la asociación ACRIM<br>Auto capacitación fuera del país | Proyectos agroturísticos impulsado por el MINTUR<br>Incremento de nuevas tendencias del mercado<br>Apoyo de entidades privadas<br>Tendencias Tecnológicas<br>Nuevas preferencias del turismo |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>  |
| Limitación de las vías de comunicación<br>Escasa promoción<br>Personal no calificado<br>Falta de ingresos económicos<br>Falta de adecuación en infraestructura                                       | Desinterés de los GAD<br>Pandemia (COVID-19)<br>Vías en mal estado<br>Inestabilidad económica<br>Cambios políticos   |

### **Diseño de Acciones**

En base a la generación de las cinco estrategias orientadas a mejorar la actividad agroturística y por ende el fomento del turismo en la finca “Del Rio”, se han determinado acciones necesarias para el éxito del cumplimiento de cada una de ellas, las cuales se han detallado a continuación mediante un modelo propuesto por Pearce (2016).

**Tabla.4 Estrategia N°1**

| <b>Estrategia:</b> Plan de capacitación al personal utilizando las nuevas tecnologías en temas de agroturismo             |  |   |
|---|--|---|
| <b>Objetivo</b>   | <b>Acciones</b>  | <b>Responsable</b>  |
| Desarrollar conocimiento y habilidades en temas agroturísticos y manejo de nuevas tecnologías en el personal de la finca. | Tratar con los decanos de las diferentes universidades, para brindar el apoyo con el tema de las capacitaciones a través de los estudiantes preparados.<br><br>Realizar talleres, presenciales y virtuales por medio de la plataforma Zoom.<br><br>Invitar a la empresa Carabela y otras empresas interesadas en impartir sus conocimientos. | Universidad Nacional de Loja<br><br>Universidad Técnica Particular de Loja.<br><br>Universidad Estatal Amazónica. |



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

Contar con un grupo de personal capacitado es clave para el crecimiento y desarrollo de la actividad agroturísticas en la finca “Del Rio”, gracias al avance de la tecnología se puede hacer uso de varias plataformas (zoom) que nos ayuda a tener un acercamiento con personas especializadas en el tema, cabe recalcar que los cursos impartidos de capacitación en temas agroturísticas serán realizados por medio de convenios con las universidades y empresas interesadas, los cursos pueden llegar a tener un tiempo de duración entre 1 a 3 meses de acuerdo a la complejidad del tema y disponibilidad de las universidades.

**Tabla5. Estrategia N°2**

**Estrategia:** Diseñar un plan de negocios para acogernos a los beneficios que ofrece la entidad pública Ban Ecuador, para mejorar la infraestructura turística en la finca.

| Objetivo   | Acciones   | Responsable                                |
|--|--|--|
| Obtener beneficios económicos para fortalecer la infraestructura y lograr la satisfacción del turista. | Solicitar un préstamo a Ban Ecuador del 1% para emprendedores. | Cordero Romelia (Esposa don Ángel Jiménez) |

Una parte fundamental a la hora de prestar un servicio es importante contar con espacios determinados para el confort del visitante, la finca “Del Rio” necesita mejorar su infraestructura como el lugar de hospedaje de los visitantes, la área de descanso, señaléticas, entre otros, es por ello que se ha propuesto aprovechar los beneficios que en la actualidad el gobierno ofrece a los emprendedores, por lo cual se necesita tener una base para dar a conocer el proyecto, proponiendo el diseño un plan de negocio.

**Tabla6. Estrategia N°3**

**Estrategia:** Gestionar con entidades privadas para mejorar la vía de comunicación de la finca “Del Rio”

| Objetivo                         | Acciones  | Responsable                 |
|----------------------------------|---|-----------------------------|
| Mejorar las vías de comunicación | Solicitar a las empresas encargadas de brindar el servicio de comunicación. (ent, claro) para que cubran mayor cobertura de señal telefónica en la comunidad “La Palma” | Presidente de la comunidad. |

A la hora de prestar un servicio turístico se debe brindar todas las facilidades, para que el visitante se mantenga en constantes comunicación con el prestador del servicio, hoy en día el tema de la comunicación es una herramienta indispensable de la sociedad, la finca “Del Rio” no cuenta con ninguna señal telefónica por lo cual es difícil mantener constante

comunicación, razón por la que se pretende mejorar el acceso a los servicios de comunicación en la finca a través de entidades privadas encargadas de ofrecer este servicio.

**Tabla7. Estrategia N°4**

**Estrategia:** Gestionar a través de la presidente de parroquia San Andrés y ACRIM al GADPZCH para el arreglo de las vías de primero y segundo orden.

| <b>Objetivo</b>  | <b>Acciones</b>  | <b>Responsable</b>   |
|--|--|--|
| Mejorar el ingreso a la Finca Del Rio para que los visitantes tengan un mejor acceso al lugar. | Solicitar a la prefectura, se realice el resalto de la vía San Andrés y la vía las palmas que direcciona a la finca Del Rio. | Presidente de la Parroquia San Andrés.<br>Director de la Asociación Acrim (Pedro Abad) |

Contar con vías adecuadas para el traslado de los visitantes a un determinado lugar es esencial y sobre todo para llegar a un recurso turístico, ya que implica menos tiempo y más seguridad, viendo esta necesidad se realizarán gestiones con entidades encargadas para obtener un factor positivo y así complementar el desarrollo agroturístico en la finca “Del Rio”.

**Tabla8. Estrategia N°5**

**Estrategia:** Promoción turística mediante marketing digital para promocionar los recursos nacional e internacional

| <b>Objetivo</b>  | <b>Acciones</b>  | <b>Responsable</b> |
|--|--|--------------------|
| Dar a conocer los recursos y potencialidades que posee la finca Del Rio. | Crear una plataforma de realidad virtual donde se muestren los recursos naturales para que el turista extranjero simule la sensación de estar en el lugar.<br>Diseñar una página web en cual se promocioe los recursos naturales y culturales.<br>Ubicar a la Finca del Del Rio en el Google Maps. | Community Manager  |

En la actualidad se utiliza la promoción digital para atraer al visitante mediante los medios como las redes sociales, correo electrónico, sitios web, entre otros. La publicidad digital es ventajosa porque reduce costos a diferencia de la publicidad tradicional, además la publicidad digital se la realiza mediante recursos ecológicos, los mensajes llegan por internet en tiempo real y generan comunicación que se logra a nivel macro, y si los usuarios se interesan en la información publicada, genera un marketing viral. Por lo tanto, debido a los



# UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

### Trabajo de Integración Curricular

---

resultados de investigación es conveniente utilizar la publicidad digital. La cual permitirá dar a conocer la finca, actividades agroturísticas, ubicación, contactos, entre otros detalles importantes, mediante la creación de una página web, además permitirá tener una comunicación constante con los usuarios. Una nueva forma de aprovechar la tecnología se ha considerado la creación de una plataforma de realidad virtual con el objetivo de despertar el interés de los turistas internacionales, llevándolo a cabo con expertos en tecnología.

#### 4. CONCLUSIONES

En base al análisis de la situación actual de la finca “Del Rio” en relación con la actividad agroturística se determinó que la finca tiene potencial para el desarrollo del agroturismo ya que cuenta con recursos naturales y culturales de importancia turística los cuales no han sido aprovechados adecuadamente, debido al desconocimiento y distintos factores que han limitados el desarrollo del agroturismo, en la actualidad la actividad agraria que realiza la finca (caficultura) ha permitido captar la atención de turistas extranjeros por lo cual se considera importante aprovechar las oportunidades y fortalezas para disminuir las debilidades y amenazas y ofrecer un servicio más adecuado.

Las estrategias que se plantearon fueron desarrolladas en base a la información obtenida por los actores de la finca “Del Rio” en donde se logró identificar que es necesaria la capacitación al personal en temas de mejoramiento de la actividad agroturística, de la misma manera es importante el aprovechamiento de la tecnología, mejorar la infraestructura tomando en cuenta las necesidades del visitante manteniendo un ambiente adecuado para las actividades agroturísticas que se pretende realizar, se propone efectuar acciones que permitan mejorar el posicionamiento virtual de la finca para que sea conocida a nivel internacional a través de páginas web y plataformas virtuales, lo cual permitirá mejorar la actividad agroturística hacia el segmento que se pretende llegar.

Para el desarrollo de las estrategias se realizó una matriz de acción, en donde se definió lo que se va a realizar de manera concreta con los responsables y se elaborara un cronograma de tiempo para mejorar la actividad agroturística de la finca “Del Rio” con el objetivo de crear un ambiente más favorable a los visitantes generando a la finca una rentabilidad necesaria a futuro.

## REFERENCIAS

- Albor, M., Lozano, E., & Godínez, R. (2017). La importancia de las Políticas públicas en el fomento del Turismo Cultural-Religioso en Guanajuato . Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas, 1-22.
- Andrade, R. M., & Ullauri, D. N. (2015). Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88142120014.pdf>
- Arévalo, T. C. (2019). “El agroturismo en la finca Manuelita en la parroquia Urbina, cantón Tulcán y su incidencia en el aprovechamiento de los recursos turísticos. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/844/1/342%20El%20agroturismo%20en%20la%20finca%20Manuelita%20en%20la%20parroquia%20Urbina.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2020). Rendición de cuentas . Obtenido de [https://www.bce.fin.ec/images/rendicion\\_cuentas/2020/informe\\_RC\\_2020.pdf](https://www.bce.fin.ec/images/rendicion_cuentas/2020/informe_RC_2020.pdf)
- Barbour. (2013). Los grupos de discusión en investigación cualitativa. Ediciones Moreta.
- Blanco, M., & Riveros, H. (20 de 12 de 2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Obtenido de [http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_49/An%C3%A1lisis/el\\_agroturismo\\_como\\_-\\_Marvin\\_Blanco\\_M..pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf)
- Budowski. (2002). Modalidades agroturísticas y sus limitaciones. Ambientico Escuela de Ciencias Ambientales Universidad Nacional, Costa Rica., 107.
- Chilán, N. Y., & Moretta, Á. P. (2014). ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR EL AGROTURISMO EN LA REPRESA SIXTO DURÁN BALLÉN, MANABÍ, ECUADOR. Revista ESPAMCiencia, 5(1), .
- Costa, J. (2018). ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA POR MEDIO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15453/AN%20AN%C3%A1LISIS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20COMPETITIVA%20POR%20MEDIO%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20EN%20LA%20ASOCIACIÓN%20DE%20PRODUCTORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diehl, S., Terlutter, R., & Mueller, B. (2016). the effectiveness of humane-oriented CSR Doing good matters to consumers: appeals in cross-cultural standardized advertising campaigns. International Journal of Advertising, 730-757.
- Fons, V., Cortes, T., & Moseñe, J. (2018). Social Perception of Rural Tourism Impact: A Case Study. Sustainability, 2-25.
- GAD PROVINCIAL ZAMORA CHIMCHIPE. (2019). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Provincial Zamora Chinchipe. Obtenido de <http://zamora->



# UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

### Trabajo de Integración Curricular

---

[chinchipe.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/PDOT-2019-2023-ZAMORA-CHINCHIPE.pdf](http://chinchipe.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/PDOT-2019-2023-ZAMORA-CHINCHIPE.pdf)

Gaona, E. A. (30 de 10 de 2018). Propuesta de agroturismo para la finca Salinas. Obtenido de [Enith%20Andreina%20Castillo%20Gaona%20\(2\).pdf](https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1103/1/75655.pdf)

Gaviño, N. (2015). DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING (Tesis de Grado previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas mención Planeación). Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1103/1/75655.pdf>

González, A., Iturralde, M., & Morales, J. (2016). El agroturismo una alternativa para dinamizar la agroindustria rural. SIGMA, 30-39.

INEC. (2010). FASCÍCULO PROVINCIAL ZAMORA CHINCHIPE. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/zamora\\_chinchipe.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/zamora_chinchipe.pdf)

INEC. (S/N). INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Jarquín, & Palacios. (2015). Diagnóstico estratégicos de las pequeñas y medianas empresas del departamento (Seminario de Graduación para optar al título de Administración de Empresas ). Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/5579/1/6136.pdf>

ley de turismo. (2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

LÓPEZ, M. F. (2014). Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/125/1/TESIS%20PLAN%20DE%20MARKETING%20HOSTAL%20CARRIZAL%20INN.pdf>

Lorenzo, C. R. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. Redalyc, 11-22.

Martínez, V. (2013). Paradigmas de Investigación . Obtenido de [https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7\\_Paradigmas\\_de\\_investigacion\\_2013.pdf](https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf)

Ministerio del Ambiente. (2014). PARQUE NACIONAL YACURÍ. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/parque-nacional-yacuri/>

MINTUR. (26 de 09 de 2007). Diseño del plan estrategicode desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "Plan de Tour2020". Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

MINTUR. (29 de 12 de 2014). Ley de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

MINTUR. (2019). Plan Nacional de Turismo 2030. Obtenido de <http://docplayer.es/179103717-Plan-nacional-de-turismo-2030.html>

- MINTUR. (2020). Informe de rendición de cuentas. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>
- Mogrovejo, J., Martínez, S., & Maldonado, L. (2019). Estrategias para impulsar el agroturismo rural en Municipio de Gramalote Norte de Santander. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 4(7), (188-205).
- Moral, M., Fernández, M. T., & Sánchez, M. J. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Espacios*, 1-14.
- Napa, H., & Muñoz, D. (2021). RED DE FINCAS AGROTURÍSTICAS COMO ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO PARA EL TURISMO RURAL DEL CANTÓN BOLIVAR. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1601/1/TTT31D.pdf>
- Olarte. (2021). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. Obtenido de [https://www.academia.edu/25620690/Procedimiento\\_para\\_la\\_elaboraci%C3%B3n\\_de\\_un\\_an%C3%A1lisis\\_FODA\\_como\\_una\\_herramienta\\_de\\_planeaci%C3%B3n\\_e\\_strat%C3%A9gica\\_en\\_las\\_empresas](https://www.academia.edu/25620690/Procedimiento_para_la_elaboraci%C3%B3n_de_un_an%C3%A1lisis_FODA_como_una_herramienta_de_planeaci%C3%B3n_e_strat%C3%A9gica_en_las_empresas)
- Palacios, G. L. (2016). La codificación Axial, innovación metodológica. Obtenido de <file:///C:/Users/Tatty/Downloads/244-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1141-3-10-20181126.pdf>
- Pearce, D. (2016). Modelos de gestión de destinos. Síntesis y evaluación. Estudios y perspectivas en turismo.
- Peralta, J. M., & Li, S. (08 de 09 de 2017). Agroturismo: una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. Obtenido de [https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta\\_eeaf\\_esquel\\_agroturismo\\_092017.pdf](https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_eeaf_esquel_agroturismo_092017.pdf)
- PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. (2019-2023). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE ZAMORA CHINCHIPE. Obtenido de <http://zamora-chinchipe.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/PDOT-2019-2023-ZAMORA-CHINCHIPE.pdf>
- Plan Estratégico Institucional. (2019-2021). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2017-2021). Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Ponce, T. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y.





**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

"Contribuciones a la Economía", 2.

Porter, M. (1982). En Estrategia Competitiva. Argentina: Rei Argentina.

Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de Psicodidáctica, núm. 14, 5-39.

RAE. (2014). Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es/fomentar?m=form>

Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la Investigación (6<sup>ta</sup> ed.). México D.F: S.A. DE C.V.

Sánchez, S., Ramírez, J., & Pérez, I. (2020). Procedimiento para el diseño de productos agroturísticos. COODES, 166-182.

Trejo, Trejo, & Zuñiga. (2016). Análisis FODA del sector lácteo: un estudio de caso. Revista de Planeación y Control Microfinanciero, 2(4), 10.

Zuñiga, A. (2018). PLAN ESTRATEGICO PARA DIVISION PROTECTIVE & MARINE CHILE. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/159415/Plan-estrat%20a9gico-para-Divisi%20b3n-Protective-%26-Marine-Chile.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

# ANEXOS



**ANEXOS**

**Anexo 1. Ejemplo de Matriz.**

| <b>Estrategia:</b> |                 |                    |
|--------------------|-----------------|--------------------|
| <b>Objetivo</b>    | <b>Acciones</b> | <b>Responsable</b> |

**Anexo 2. Matriz PESTEC**

---

**PESTE+C**

---

**FACTOR  
POLÍTICO**

La Ley de Turismo del Ecuador (2014) en el artículo 4 se enfoca en la relación del sector turístico, con la política estatal, donde se debe cumplir con los siguientes objetivos establecidos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

En función del análisis realizado por la Organización Mundial de Turismo –OMT- se ha identificado que el turismo genera una mayor contribución a tres de ellos que son:

Objetivo No. 8: “Promover el sistema económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”.

Objetivo No. 12: “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”.

Objetivo No. 14: “Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible. (p,17)

**FACTOR  
ECONÓMICO**

Según el Banco Central del Ecuador (2020) la rendición de cuentas mencionó que:

Es importante destacar que, durante el año 2020 se produjo una de las crisis sanitarias más fuertes de la historia, causada por la pandemia del Covid-19. Los mercados mundiales y en particular las economías de los países emergentes se vieron notablemente afectadas.

Durante el año 2020, ingresaron USD 8,297 millones por desembolsos de deuda externa. De estos recursos USD 4,040 millones fueron entregados por el FMI bajo el acuerdo suscrito en septiembre de 2020. Con estos desembolsos, el Ecuador buscó minimizar el impacto de la crisis económica provocada por la pandemia, la cual se ha visto agravada por la reducción de los ingresos tributarios y petroleros.

Durante el año 2020, se pudo cumplir oportunamente con los pagos internos y externos a pesar de haber estado en niveles de criticidad altos, especialmente en los meses de marzo, junio, julio y agosto, en los cuales se tuvo que recurrir a la activación de financiamiento de contingencia, por dos ocasiones, por un monto de USD 300 millones respectivamente (Banco Central del Ecuador, 2020).

**FACTOR SOCIAL**

Según el Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), realizado en la Provincia de Zamora Chinchipe, tiene una población de 91.376, constituye el 0,63 % de la población nacional (14.483.499 hab.), representa el 8,62 % de la población zonal (1.308.630 hab.) y el 12,35 % de la Región Amazónica (739.814 hab.)

Según el Censo del año 2010 y proyección del año 2020, la provincia de Zamora Chinchipe tiene predominio de población rural (60 % y 56 % respectivamente) en relación a la urbana (40 % y 44 % respectivamente).

**FACTOR  
TECNOLÓGICO**

Según Plan Estratégico Institucional (2019-2021) el Internet y la Web han permitido un nuevo y poderoso canal de ventas y mercadeo para los consumidores.

Según el de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2019-2023) los habitantes de la Provincia Zamora Chinchipe tienen acceso a las telecomunicaciones como el internet, en enero de 2020 se registra un total de 10.275 hogares con este servicio, lo cual representa el 34,13% los que en la actualidad disponen del servicio de telefonía fija.

**FACTOR  
ECOLÓGICO**

Como menciona el Plan Nacional del Buen Vivir (2017-2021) donde hace énfasis en el siguiente objetivo:



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

Objetivo 3 Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

En este se resalta a la naturaleza como un sujeto con derechos, por lo cual debe ser respetada y conservada, pues se reconoce el valor de la misma para el progreso de futuras generaciones, ya que este es el escenario en el cual se desarrolla el ser humano.

Teniendo en cuenta al Ministerio del Ambiente Agua y Transición Ecológica (2016) Ecuador ha emprendido acciones y programas para evitar el déficit ecológico a nivel nacional, por ello es considerado el primer país latinoamericano a nivel mundial en adoptar un indicador de sustentabilidad para calcular la Huella Ecológica y Biocapacidad.

**FACTOR  
COMPETITIVO**

Para poder determinar la competencia en la actividad agroturística hay que tener en cuenta que existe confusión en los términos “agroturismo” y “turismo rural”, sin embargo, el agroturismo se clasifica como una tipología del turismo rural el cual se desarrollan en haciendas, fincas y plantaciones como lo determina MINTUR en las líneas de productos.

En base a esta determinación se puede mencionar que en Ecuador según lo menciona MINTUR en el PLAN DE TUR 2030 el Agroturismo existen dos variedades valoradas Paseo de los Sabores: Cacao, Banano, Café y las Ruta de las Flores.

---

### **Anexo 3. Factores Internos**

---

#### **CINCO FUERZAS DE PORTER**

---

##### **AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES**

La amenaza de entrada de nuevos competidores viene determinada por la cantidad de barreras de entrada que puedan existir en la industria en el caso de las actividades de agroturismo las barreras de entrada son prácticamente accesibles, es decir, es una industria que no requiere mucha inversión, ya que la actividad se realiza dentro de los parámetros que forman parte de la rutina de vida de los ofertantes de la actividad, por tanto, la entrada de nuevos competidores es libre, por lo tanto la finca “Del Rio” a pesar que en la actualidad es pionera en la realización del agroturismo en la comunidad, su competencia puede aumentar considerablemente.

##### **PODER DE LOS PROVEEDORES**

La finca “Del Rio” no cuenta con proveedores especializados, sea en tecnología, asesoría y gestión, tecnologías, para poder desarrollar la actividad y destacarse en el medio competitivo, los productos de materia prima e insumos son adquiridos de los medios de transporte que llegan dos veces por semana a la comunidad, debido a que las grandes cadenas comerciales se encuentran a una distancia considerable. Los proveedores más cercanos se encuentran a una distancia de 40 minutos en la cabecera cantonal Chinchipe, convirtiéndose en los abastecedores directos de los productos de primera necesidad, debido a esto han tomado como la mejor opción trasladarse a la comunidad para proveer de los artículos necesario e insumos, debido a que las visitas son programadas así se pueden abastecerse de alimentos y los productos necesarios para atender de la mejor manera a su huésped, además cuentan con fuentes de alimentos orgánicos que los mismos propietarios cosecha en su finca.

##### **PODER DE LOS COMPRADORES**

La Finca El Rio se ha enfocado a dos tipos de turistas los nacionales e internacionales, teniendo una inclinación mayor por el turista extranjero, debido a que iniciaron la actividad de realizar agroturismo en el año 2014 a partir de la primera visita realizada por los extranjeros alemanes Hans Richarz Hilberg y su esposa Heike Hilberg de la empresa Dauner Kaffeerosterei (tienda de café en Alemania), quien fue reconocida por la revista Feinschmecker por el premio “Landessieger Renania-Palatinado” entre las mejores cafeterías de Alemania, su producto cuenta con un registro sanitario para ser distribuido dentro del país, siendo su café unos de los mejores comercializados en Alemania, las visitas eran realizadas entre el mes de junio-agosto cada dos años hasta el 2019 hospedándose por tres días quienes formaban parte de las actividades diarias realizadas por don Ángel Jiménez, , también formar parte de



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

la empresa CARABELA desde año 2020, visitándolos cada tres meses para capacitaciones con representantes desde Colombia e incluso a adquirir su producto, en el año 2021 la afluencia de turistas decreció debido a la pandemia del covid-2019, desde el mes de marzo hasta las fechas actuales no se ha logrado reactivar el turismo en la finca.

Con relación a los turistas nacionales los principales visitantes eran estudiantes de las universidades que deseaban conocer el proceso del café, además se encuentra asociada con ACRIM” (Asociación agropecuaria Artesanal de productores orgánicos “Cuenca del Río Mayo”) quienes les ayudan a promover sus productos en diferentes países, como Alemania, Colombia, funcionando como intermediarios de comercialización, realizaban visitas constantemente cada tres meses para verificar su progreso con relación a la actividad principal.

**LA AMENAZA DE LOS  
PRODUCTOS  
SUSTITUTOS**

Las amenazas en el sector agroturismo dentro de la finca “Del Rio” se debe considerar amenazas directas e indirectas, dentro de los servicios sustitutivos directos se ha considerado las fincas existen 12 fincas en el sector la Palma, que hace aproximadamente dos años han tomado la iniciativa de formar parte de una asociación en la comunidad donde reciben capacitaciones en torno a temas agrarios y de turismo, con el fin de que posteriormente puedan vincular el turismo con sus actividades bases, pero gracias al poco conocimiento que ha adquirido Don Ángel Jiménez por sus propios medios ha podido lograr que su finca “Del Rio” sea conocida como finca pionera que ofrece el servicio de agroturismo, es el principal lugar donde se hospedan los visitantes, para posteriormente realizar un recorrido por las demás fincas con el propósito de promover el turismo y realizar la actividad agroturísticas con sus diferentes servicios.

**RIVALIDAD ENTRE  
LOS COMPETIDORES  
EXISTENTES**

En la comunidad la Palma, haciendo referencia a la actividad turística se consideró hasta la actualidad inexistencia de fincas que ofrezcan el servicio de agroturismo, por lo cual prácticamente no existen competidores cercanos, La Provincia de Loja cuenta con una finca agroturísticas conocida como “La Cosecha” la cual se considera como un competidor directo, en la actualidad se considera el número de competidores se va a incrementar ya que se ha considerado al agroturismo como una nueva estrategia para reactivar el turismo después de la crisis sanitaria.

## Anexo4. Formato de Entrevista

---

### ENTREVISTA

---

**Entrevistado:**

**Lugar:**

---

#### DATOS GENERALES:

---

¿Pertenece a alguna asociación?

¿Qué temporada tienen más llegadas de turistas?

---

#### PRODUCTOS Y SERVICIOS

---

¿En qué año inicio la actividad agroturísticas en la “Finca Del Rio”?

¿Qué actividad agroturísticas se puede realizar dentro de la finca?

¿Cree que la finca tiene potencial para realizar agroturismo?

¿Considera usted, que existe un escaso desarrollo de la actividad agroturísticas en la Finca Del Rio? SI/NO ¿Por qué?

¿Qué servicios cree usted que deben mejorar el servicio agroturísticos en la finca?

¿Cuál es la fortaleza de la finca Del Rio?

¿Considera importante el diseño de estrategias Agroturísticas?

---

#### PERSONAL

---

¿Cuántas personas laboran en la fina “Del Rio”?

---

#### TURISMO

---

¿Ha recibido el apoyo de alguna organización pública o privada en relación al desarrollo del turismo en la finca?

¿Cómo considera usted, la perspectiva de los turistas al visitar la finca?

¿Qué factores son los que más dificultan la realización del turismo en la finca?

---

#### MARKETING Y PUBLICIDAD

---

¿Se realiza publicidad?

¿Tiene página web, Facebook?

---





**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

**Anexo 5. Entrevistados**

| <b>NOMBRE</b>             | <b>CARGO</b>                      | <b>LUGAR DE ENTREVISTAS</b> |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| <b>Sr. Ángel Jiménez</b>  | Propietario de la Finca “Del Rio” | Comunidad Las Palmas        |
| <b>Romelia Cordero</b>    | Esposa Ángel Jiménez              | Comunidad Las Palmas        |
| <b>Sr. Pedro Abad</b>     | Director de ACRIM                 | Centro de acopio ACRIM      |
| <b>Eco. Vicente Troya</b> | Administrador de ACRIM            | Centro de acopio ACRIM      |

**Anexo 6. Categorías**

| <b>CATEGORÍAS</b>               | <b>IDEAS CLAVES</b>                         | <b>N° DE IDEAS</b> | <b>TOTAL, IDEAS DE CATEGORÍA</b> |
|---------------------------------|---|--------------------|----------------------------------|
| <b>Educación y capacitación</b> | Falta de capacitación                       | 4                  | 6                                |
|                                 | Auto capacitación                           | 1                  |                                  |
|                                 | Personal no calificado                      | 1                  |                                  |
| <b>Apoyo económico</b>          | Desinterés de las entidades gubernamentales | 3                  | 3                                |
| <b>Vías de acceso</b>           | Vías en mal estado                          | 3                  | 5                                |
|                                 | Trasporte publico                           | 2                  |                                  |
| <b>Infraestructura</b>          | Hospedaje                                   | 3                  | 6                                |
|                                 | Senderos                                    | 1                  |                                  |
|                                 | Área de alimentos y bebidas                 | 2                  |                                  |
| <b>Promoción</b>                | Redes sociales de los visitantes.           | 1                  | 3                                |
|                                 |   | 1                  |                                  |
|                                 | Plataforma de ventas de la asociación ACRIM | 1                  |                                  |
|                                 | Vías de comunicación                        |                    |                                  |
| <b>Atractivos</b>               | Naturales                                   | 3                  | 4                                |
|                                 | Culturales                                  | 1                  |                                  |

---

**Anexo7. Matriz Analítica de Formación de estrategias (MAFE)**

| FACTORES INTERNOS   | FORTALEZAS  | DEBILIDADES  |
|---|---|--|
|   | <b>F1: Visita de turistas extranjeros</b><br><b>F2: Recursos naturales y culturales</b><br><b>F3: Pionera en la incrementación de agroturismo en el sector</b><br><b>F4: Pertenece a la asociación ACRIM</b><br><b>F5: Auto capacitación fuera del país</b> | <b>D1: Limitación de las vías de comunicación</b><br><b>D2. Escasa promoción</b><br><b>D3. Personal no calificado</b><br><b>D4. Falta de ingresos económicos</b><br><b>D5. Falta de adecuación en infraestructura</b>                  |
| OPORTUNIDADES   | ESTRATEGIAS FO  | ESTRATEGIAS DO   |
| <b>O1. Proyectos Agroturisticos impulsado por el MINTUR</b><br><b>O2. Incremento de nuevas tendencias del mercado</b><br><b>O3. Apoyo de entidades privadas</b><br><b>04. Tendencias Tecnológicas</b><br><b>O5. Nuevas preferencias del turismo</b> | Promoción turística mediante marketing digital para promocionar los recursos nacional e internacional <b>O2, O4, F1, F2.</b>  | Gestionar con entidades privadas para mejorar la vía de comunicación de la finca “Del Rio” <b>D1, D4, O3.</b><br><br>Plan de capacitación al personal utilizando las nuevas tecnologías en temas de agroturismo <b>D3, D5, O1, O4.</b> |
| AMENAZAS  | ESTRATEGIAS FA  | ESTRATEGIAS DA   |
| <b>A1. Desinterés de los GAD</b><br><b>A2. Pandemia (COVID-19)</b><br><b>A3. Vías en mal estado</b><br><b>A4. Incremento de competencias</b><br><b>A5. Cambios políticos.</b>   | Gestionar a través de la presidente de Parroquia San Andrés y ACRIM al GADPZCH para el arreglo de las vías de primero y segundo orden <b>F4, A3, A5</b>   | Diseñar un plan de negocios para acogernos a los beneficios que ofrece la entidad pública para mejorar la infraestructura turística en la finca <b>D4, D5, A4</b>  |



## Anexo 8

### Marco teórico

#### Antecedentes

Como primera investigación se tomó en cuenta la correspondiente a Chilán & Moretta (2014), quienes tratan el tema “Estrategias para Desarrollar el Agroturismo en la Represa Sixto Durán Ballén, Manabí, Ecuador”. La investigación tuvo como objetivo proponer líneas estratégicas de acción que puedan fomentar el desarrollo del agroturismo en la zona de la represa Sixto Durán Ballén, cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. Se fundamentó en un diagnóstico situacional sobre aspectos socioeconómicos, ambientales y turísticos, lo que se reflejó en la potencialidad de los recursos. Se realizó un análisis FODA el cual determinó que las fortalezas se enfocan en la diversidad de atractivos y la principal debilidad es la ineficiente gestión y falta de estructura. Se efectuó la zonificación turística para determinar el uso adecuado del área, dando como resultado la división en tres zonas de manejo (sensible, sustentable e intensivo), el estudio de mercado evaluó la demanda, la oferta, posibles competidores y estrategias apropiadas de marketing, aquí se evidenció la aceptación y viabilidad del desarrollo del agroturismo en esta región. Se verificó que la zona de la represa es un área con una importante diversidad de recursos naturales y culturales que, junto a la producción agrícola local, permitirían un buen desarrollo de actividades agroturísticas (p.7).

Un segundo trabajo corresponde a Mogrovejo, Martínez, & Maldonado (2019), quienes realizaron la: “Estrategias para impulsar el agroturismo rural en Norte de Santander” en donde mencionan como objetivo Determinar las estrategias para impulsar el agroturismo rural en el Municipio de Gramalote Norte de Santander. Se desarrolló una investigación descriptiva, con un diseño documental. Los resultados obtenidos con esta investigación, pretenden determinar las estrategias para el entorno rural del departamento y del país; fomentando los diversos tipos de turismo, dando visibilidad a las potencialidades de las regiones en este servicio basado en experiencias, aprovechando al máximo los recursos naturales del espacio territorial y logrando un turismo sostenible. Como conclusión, el turismo rural es un motor económico para impulsar los recursos naturales del país, como herramienta para el desarrollo social, económico y la preservación de las costumbres y culturas entre ellas las costumbres gastronómicas y agrícolas (p. 189)

Como tercer trabajo se escogió el realizado por Napa & Muñoz (2021), donde investigan el tema: “Red de Fincas Agroturísticas como Alternativas de Emprendimiento para el Turismo Rural del Cantón Bolívar”. El presente estudio tuvo como finalidad diseñar un modelo para la gestión de fincas agroturísticas como fomento al desarrollo rural del cantón Bolívar. La investigación inicia con una caracterización del territorio valorando su potencial para el desarrollo de las actividades agroturísticas bajo un análisis multidimensional, y la oferta de atractivos y recursos turísticos para el desarrollo del turismo rural. Seguidamente

se diseñó un circuito que abarcó un total de 5 fincas agro turísticas las cuales fueron combinadas con los principales recursos complementarios del cantón, previamente se realizó un inventario de las fincas y se evaluó su potencialidad. Se aplicaron dos encuestas, una dirigida a los emprendedores de las fincas a través de la cual se encontró la falta de apoyo por parte de las instituciones públicas; la segunda estuvo dirigida a la demanda potencial para determinar las actividades agroturísticas con mayor potencialidad, se encontraron actividades como las de más alta potencialidad. Se propone un banco de actividades potenciales por cada sitio turístico como base para la generación de paquetes turísticos. En la última fase, se elaboró un modelo para la gestión de las fincas agroturísticas basado en la propuesta de Félix (2020) que consta de 4 fases (formador, consultor, operador, y promotor), se le agregaron 7 acciones para su implementación y un plan de seguimiento y control con 9 indicadores y medios de verificación. Se concluye que el modelo servirá para el desarrollo de una red de fincas agroturísticas para el turismo rural en el cantón Bolívar (p.7)

Esta investigación se relaciona con los trabajos escogidos debido a que se busca plantear “Estrategias como una alternativa para el fomento del agroturismo en la finca “Del Rio”, realizando un previo análisis de la situación actual, posteriormente diseñando un FODA estratégico y creando acciones concretas por cada estrategia establecida, se pretende utilizar un tipo de investigación descriptivo simple. El lugar escogido es la finca “Del Rio”, y se ha realizado agroturismo en una escala mínima, enfocados a turistas extranjeros, la investigación se centró en un enfoque cualitativo, con un paradigma interpretativo, mediante un diseño fenomenológico y descriptivo en un horizonte transversal, esto nos permitirá como investigadores realizar un análisis con la información obtenida, pretendiendo plantear estrategias agroturísticas causando un beneficio provechoso para este lugar y de alguna manera se pueda aportar al fomento del turismo, beneficiando a la finca, utilizando a la entrevista estructurada como técnica de recolección de datos, dirigida a los actores de principal interés.

### **Marco conceptual**

#### **Revisión de términos**

Según MINTUR (2019) en el Plan Nacional de Turismo 2030 afirmó:

El turismo es una industria que incorpora a un amplio espectro de actividades económicas, culturales y recreativas, complementadas con una serie de otras actividades productivas conexas que generan altas oportunidades de empleo, permitiendo la articulación de cadenas de valor. Estructuralmente, aporta efectivamente en la redistribución del ingreso y mejora la calidad de vida de la población de las economías locales (p.9).

Las personas que se desplazan de su lugar habitual e incluye mínimo una pernoctación es conocida como turista, caso contrario se lo considera como visitante del día. Según MINTUR (2014) en la Ley de Turismo mencionó que “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (p.1).

El turismo está considerado como una forma de acceder a la cultura y modos de vida en los diferentes destinos. En este sentido, no es menos cierto que todo tipo de turismo tiene un componente cultural y que las personas se abstendrían de viajar si no existiera algo diferente que ver. La necesidad de conocer, compartir y vivir una experiencia genera flujos turísticos atendiendo a distribuciones geográficas desiguales e irregulares, que condicionan la localización turística en base a la oferta, la riqueza arquitectónica, museística, costumbres, y modos de vida (Sánchez, Ramírez, & Pérez, 2020, P.168).

Con base a las definiciones de los autores mencionados se puede conceptualizar que el turismo es una actividad socioeconómica que incluye el desplazamiento de las personas, en el Ecuador el turismo es una de las terceras fuentes de ingresos no petroleras, después del banano, cacao y camarón. En el año 2020 debido a la emergencia sanitaria por el COVID 19 el aporte del turismo representa la sexta fuente de ingresos no petroleros, contribuyendo con US\$ 524 millones de dólares. Sin embargo, el turismo sigue representado la primera en la balanza de servicios (MINTUR, 2020). A pesar de la crisis sanitaria por la que está atravesando el Ecuador, los datos nos motivan a seguir promoviendo el Turismo orientándonos a realizando un turismo responsable.

El turismo responsable implica un grado de conciencia al momento de realizar las actividades, involucra aportes favorables a la conservación de la diversidad biológica del patrimonio natural y cultural, lo cual impacta positivamente a la calidad de vida de la población, y es responsabilidad de las empresas como del visitante. Diehl, Terlutter, & Mueller (2016) manifestó que las medidas de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) de las empresas de turismo no solo se relacionan con el uso responsable de los recursos naturales, empleados, proveedores e invitados, sino que también pueden influir positivamente en el desarrollo socioeconómico de una región o comunidad al apoyar proyectos sociales o ecológicos individuales y, por lo tanto, mejorar la calidad de vida y contribuir a la población local.

Según Fons, Cortes, & Moseñe (2018) afirmó: “El turismo rural se caracteriza por el desarrollo en pequeños territorios con identidad propia que tienen una oferta extensa de difusos, no concentrados y alojamiento en pequeña escala y actividades de ocio” (p.02). Se conceptualiza que el turismo rural es una experiencia que tiene lugar en áreas agrícolas y no urbanas permitiendo que el visitante desarrolle actividades en conjunto con el medio ambiente.

Moral, Fernández, & Sánchez (2019) refirió al turismo rural como una actividad que aporta al turista una oferta de ocio integral respondiendo a la motivación e interés por realizarla en contacto con el medio natural y rural como medio para vivir una experiencia única y singular, vinculada con las costumbres y tradiciones de la zona favoreciendo el desarrollo sostenible del medio rural.

Agroturismo es la práctica desarrollada en el área rural de un territorio determinado, en la cual el agricultor ofrece servicios de alojamiento y alimentación, pudiendo estar complementado por otras actividades. El visitante o turista puede participar activamente de las tareas del campesino o ser mero espectador. El desenvolvimiento del Agroturismo debe enmarcarse en tareas de sustentabilidad y sostenibilidad en los ámbitos de su alcance, responsabilidad que recae sobre el propietario del lugar, visitantes, turistas (Andrade & Ullauri, 2015, p.1200).

El agroturismo en el Ecuador tiende a convertirse en una actividad complementaria de las actividades agrícolas que realiza el pequeño productor con una ventaja particular al generar una alternativa de empleo que le permite mejorar su ingreso económico, y a su vez la contribución a la conservación de su hábitat y la preservación de la práctica y saberes ancestrales agropecuarios, conforme a la visión de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2009); visión que la acoge el Ministerio de Turismo a través del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo (PLANDETUR 2020) en el cual se busca impulsar al Ecuador a través de 11 líneas de productos turísticos, identificando a uno de ello al agroturismo como como un producto prioritario y potencial en el cual se incluyen a las haciendas, fincas y plantaciones (González, Iturralde, & Morales, 2016, p.32).

El turismo en el Ecuador a nivel sectorial, según datos de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), esta actividad ha alcanzado un crecimiento promedio de 5% en los últimos 6 años y su contribución en la producción nacional es superior a las industrias manufactureras claves, tales como la automotriz y de químicos, contribuyendo con un valor agregado bruto de USD 1.175 millones en 2016 (MINTUR, 2019, p.9).

Banco Central (como se citó en MINTUR, 2019) en el Plan Nacional de Turismo 2030 mencionó:

Es fundamental destacar el rol del turismo como elemento clave en la estabilidad de la dolarización y su significativo aporte como fuente de entrada de divisas. En efecto, el gasto turístico receptor representa un 80% de la exportación de servicios y alrededor del 6% de las exportaciones totales, con un monto que alcanza USD 1.878,6 millones. (p.9)

Banco Central (como se citó en MINTUR, 2019) afirmó:

Al 2018, los ingresos por turismo del Ecuador han generado un superávit de balanza turística al mantener un saldo positivo sostenido por 7 períodos consecutivos. Así, los ingresos turísticos entre los años 2011 al 2018 han crecido en 121.1%, mientras que los egresos han aumentado en 13.8% en el mismo período (p.10).

Según MINTUR (2019) en cuanto a las líneas de productos turísticos mencionó:

Para el efecto, se han priorizado líneas de producto turístico que, por un lado, deben ser fortalecidos dentro de la oferta del destino para atender al turista interno (nacional): turismo de naturaleza y cultural; turismo rural; gastronomía y turismo comunitario consumido



# UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

### Trabajo de Integración Curricular

---

principalmente en feriados y fines de semana. Pero, por otro lado, existen otras líneas de producto a más de las mencionadas con alto potencial para dirigirlas al consumo del turista extranjero (internacional), entre las que destacan líneas de producto especializado como: turismo de aventura (buceo, montaña, deportes, competencias); turismo científico (aves y anfibios), turismo de convenciones (MICE); turismo de cruceros; y agroturismo, con el producto emblemático del cacao fino de aroma y el chocolate (p.58).

Dentro de las líneas de productos turísticos Nacionales abarca el agroturismo según MINTUR (2007) en el PLANDETUR2020 afirmó: “Es la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales, para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Haciendas, Fincas y Plantaciones” (p76). Cabe mencionar que las fincas son una proporción delimitada de terreno donde se realizan diversas actividades agrícolas, a diferencia de las haciendas las cuales son conocida como finca que se le da un solo uso agrícola, semejándose a las plantaciones, que son siembras de un solo tipo de cultivo, sitios ideales para la realización del agroturismo ya que permiten estas en contacto directo con la naturaleza en un espacio amplio formando parte del estilo de vida de los finqueros.

(González et al., 2019) mencionó:

El agroturismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyas familias propietarias lo operan como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal. Para ello se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber hacer tradicional para ofrecer visitas a un cierto segmento de turistas a quienes les gusta conocer, aprender y experimentar las tareas propias de una finca. Además, se agregan otros productos y servicios complementarios, tales como alojamiento, alimentación y venta de productos agropecuarios (frescos o procesados) (p.9).

Los beneficios del Agroturismo trascienden la actividad turística como mera oferta para un segmento de mercado específico. Es importante entenderlo como una herramienta de desarrollo que colabora con la organización comunitaria, valoriza prácticas y saberes tradicionales que se reflejan en un fortalecimiento de la identidad local y permite la generación de oportunidades para que los jóvenes no migren a las grandes ciudades. (Peralta & Agr, 2017, p.45).

El agroturismo se lo realiza principalmente en las zonas rurales. Fons, Cortes, & Moseñe (2018) “El turismo rural se caracteriza por el desarrollo en pequeños territorios con identidad propia que tienen una oferta extensa de difusos, no concentrados y alojamiento en pequeña escala y actividades de ocio” (p.02).

Como negocio, el agroturismo genera diversos beneficios sociales, económicos y medioambientales, toda vez que permite la diversificación productiva; genera empleo y arraigo cultural; incorpora en la actividad a mujeres y jóvenes; revaloriza el patrimonio

cultural, ambiental y la vida rural; y fomenta el trabajo asociativo, entre otros. (González et al., 2019, p.9)

El agroturismo proporciona oportunidades y aporta beneficios a los agricultores, comunidades rurales mejorando su calidad de vida, y a la vez para que exista un potencial desarrollo es necesario establecer estrategias que aporten al mejoramiento de un manejo óptimo de las actividades. Las actividades agroturísticas son iniciativas para tratar de impulsar la afluencia de visitantes a las áreas rurales, con el principal objetivo de generar ingresos económicos adicionales a las obtenidas por los agricultores en el desempeño de sus actividades agropecuarias y también para desarrollar el turismo en las zonas rurales. (Arévalo, 2019, p.29)

Gaona (2018) indicó que: “En Zamora Chinchipe no existen fincas que se enfoquen al agroturismo, por lo que no están siendo utilizadas de una manera adecuada, al ser esta provincia mega diversa, esta actividad debería desarrollarse en beneficio a las familias” (p.6). En el Cantón Chinchipe, parroquia de San Andrés, Comunidad Las Palmas los habitantes se dedican a la agricultura, piscicultura, apicultura, crianza de aves de corral y la ganadería, sin embargo, no es aprovechado este potencial.

“El agroturista es un individuo con cierto romanticismo desilusionado con los efectos de la vida urbana, aunque no renuncia a ella. En sus estatus de conciencia y de sentimientos de nostalgia, tiene preocupaciones por la conservación de la naturaleza” (González et al., 2019, p.9). El agroturista realiza actividades dentro de las haciendas, fincas y plantaciones, sitios donde se desarrolla el agroturismo, el visitante trata de causar un impacto mínimo en la naturaleza, pero en muchas de las ocasiones esto no se lo realiza de la mejor manera, ya sea por desconocimiento, falta de interés, recurso, etc. Esto nos permite implementar estrategias para su adecuado desarrollo.

La estrategia ha sido considerada desde sus inicios como el arte de dirigir operaciones militares. Enfocándola en el ámbito empresarial, se entiende como tal, a un proceso que aporta al cumplimiento de objetivos, los mismos, pueden ser individuales u organizacionales y contribuyen al mejoramiento continuo de una empresa, país o entidad, a través de la generación de nuevos productos y/o servicios (Gaviño, 2015, p.12).

La utilización de una estrategia en el ámbito turístico es de suma importancia ya que en los sitios de interés turístico se necesita lograr el cumplimiento de objetivos a través de un despliegue de recursos que aporten al mejoramiento de la industria, y a su vez generar una ventaja competitiva frente a otros sitios turísticos. (Gaviño, 2015, p. 12) Debido a la complejidad del proceso de elaborar estrategias algunos investigadores proponen las herramientas que se describen a continuación. Al aplicar cualquiera de estas estrategias es necesario conocer cuáles serán útiles para la creación de ellas.

La matriz FODA es la comparación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Su propósito central es identificar las estrategias para aprovechar las





# UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

### Trabajo de Integración Curricular

---

oportunidades externas, contrarrestar las amenazas, acumular y proteger las fortalezas de la compañía y erradicar las debilidades. De una manera más general, el propósito de un análisis FODA es crear, reforzar o perfeccionar un modelo de negocio específico de la compañía que intensifique, adecúe o combine mejor sus recursos y capacidades con las demandas del ambiente en el que opera (Jarquín & Palacios, 2015, p.33).

Según Jarquín & Palacios (2015) mencionó que las Oportunidades son aquellos factores que resultan favorables, explotables que se deben descubrir en entorno en el que actúa la empresa y que le permiten tener ventajas competitivas, a la vez también afirmó que las amenazas son las que pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado, si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad (p.35).

Según Olarte (2021), señaló que las fortalezas son algo en lo que la organización es competente, se traduce en aquellos elementos o factores que estando bajo su control, mantiene un alto nivel de desempeño, generando ventajas o beneficios presentes y claro, con posibilidades atractivas en el futuro, las fortalezas pueden ser experimentadas, habilidades y destrezas importantes para hacer algo, activos físicos valiosos, finanzas sanas, sistemas de trabajo eficientes, costos bajos, productos y servicios competitivos, imagen institucional reconocida, convenios y asociaciones estratégicas con otras empresas, etc. Además, el autor definió que las debilidades significan una deficiencia o carencia, algo en lo que la organización tiene bajos niveles de desempeño y por tanto es vulnerable, denota una desventaja ante la competencia con posibilidades pesimistas o poco atractivas para el futuro (p. 55).

Por otro lado, la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva de la microempresa a la que se aplique (Trejo, Trejo, & Zuñiga, 2016, p.10).

La Matriz de Evaluación de Factor Interno (MEFI) proporciona una base para analizar las relaciones internas entre las áreas de las empresas. Es una herramienta analítica de formulación de estrategia que resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, recursos humanos, investigación y desarrollo (Trejo, Trejo, & Zuñiga, 2016,p.10).

Ponce (2006) afirmó:

Una vez efectuada la Matriz FODA con su listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas correspondientes, la siguiente etapa es realizar una matriz que se deriva de la anterior, la denominada primeramente como MAFE (Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas), desarrollando cuatro tipos de estrategias, de acuerdo con lo propuesto por David (1997):

- Estrategias FO: Aplican a las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

- Estrategias DO: Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

- Estrategias FA: Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.

- Estrategia DA: Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno.

MINTUR (2019), en el PLANDETUR2030 ha establecido objetivos estratégicos partir de las cuales se delinearé el desarrollo turístico del destino Ecuador.

- Incrementar la competitividad de los destinos a través de la innovación de producto turísticos y la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

- Incentivar y promover los sistemas de conectividad aérea, terrestre, fluvial y marítima; así como los sistemas de comunicación digital en los destinos turísticos del Ecuador.

- Propiciar un entorno seguro y de bienestar para los turistas nacionales y extranjeros en los destinos turísticos a nivel nacional.

- Impulsar el posicionamiento eficiente del destino en los principales mercados internacionales y nacional fortaleciendo la gestión de promoción y mercadeo turístico.

- Incrementar y diversificar la inversión turística dinamizando la cadena de valor del sector.

La Real Academia Española (RAE, 2014) define al fomento en promover, impulsar o proteger algo. Una vez que exista la fomentación en la finca se espera el desarrollo y crecimiento con el tema del agroturismo.

En las últimas décadas, dentro de las políticas públicas, se ha fomentado y puesto de relieve la actividad turística, la llamada “industria sin chimeneas”, como una parte importante de la economía y el desarrollo de un país, que presupone una importante movilidad social y de recursos públicos y privados para alentar dicha actividad humana (Albor, Lozano, & Godínez, 2017,p.1).

El turismo ha ido adquiriendo progresivamente una importancia para el desarrollo económico del país, todo sector donde se desarrolla la actividad turística debe tomar una serie de acciones básicas que le permitan marcar una diferencia, estar en constante innovación, buscar un valor añadido para evitar un declive de la misma.



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA**  
**Trabajo de Integración Curricular**

---

Se considera importante determinar en entorno interno de la empresa ya que nos permite con mayor claridad desarrollar nuestras estrategias, unas de las herramientas utilizadas para un mejor análisis se considera el enfoque de las fuerzas productivas de Porter. Según (Porter, 1982) manifestó que con el enfoque se obtiene rendimientos superiores al promedio en una determinada industria. A través de éste, existe una posición de costos bajos dentro de un mercado estratégico, determinando una gran diferenciación o ambas cosas. No se debe perder de vista que una concentración determinará la selección de los mercados menos vulnerables a sustitutos.

Cinco fuerzas conforman el Modelo Porter, presentes en la estructura de la industria y en última instancia son las que fijan precios, costos y requerimientos de inversión, por tanto, se constituyen en los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo. Es así que Porter presenta un marco basado en la teoría económica que permite evaluar la competencia enfocándose en cinco fuerzas (el poder de negociación de los compradores, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de las nuevas entradas, la amenaza de los sustitutos y la intensidad de la rivalidad) (Costa, 2018, p23).

Barbour (2013), mencionó la investigación cualitativa es aquella investigación que recaba información no cuantificable, basada en las observaciones de las conductas para su posterior interpretación. Su propósito es la descripción de las cualidades de hecho o fenómeno. Las investigaciones cualitativas se interesan por acceder a las experiencias, interacciones y documentos en su contexto natural.

Strauss y Corbin citado por Mendoza (2016), menciona que la codificación abierta supone un examen minucioso y microscópico de los registros, para “abrirlos”, “desmenuzarlos”, “descomponerlos” (p.114). Se trata de separar sus elementos desplegando los significados contenidos en un fragmento textual.

El propósito de la codificación axial es iniciar el proceso de re-ensamblar los datos que fueron fracturados durante la codificación abierta para poner el énfasis en el hecho de que en la codificación axial

En la codificación axial, del conjunto de las categorías descriptivas, algunas de ellas transitan a categorías analíticas únicamente cuando tienen potencial heurístico y serán objeto de nuevas búsquedas de información, sea en el mundo empírico, en la reflexión o en saberes disciplinares y se representan en redes, esquemas y otros gráficos para discernir la categoría eje o principal del estudio el propósito de la codificación axial es iniciar el proceso de reensamblar los datos que fueron fracturados durante la codificación abierta para poner el énfasis en el hecho de que en la codificación axial (Palacios, 2016).