UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FALCULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

TEMA:

EL AGROTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

AUTORES:

HUMBERTO NICOLAS GUERRERO CADMELEMA

CARLOS JOSÉ TUBÓN ROVAYO

DIRECTORA DEL TRABAJO:

DEISY VALERIA QUEVEDO AMAY

PASTAZA-ECUADOR

2020

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Nosotros, Humberto Nicolás Guerrero Cadmelema, con cedula de ciudadanía N° 1600500332 y Carlos José Tubón Rovayo con cedula de ciudadanía N°1805080676, declaramos ante las autoridades educativas de la Universidad Estatal Amazónica que el contenido del proyecto de investigación "EL AGROTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA LA REACTIVACION TURISTICA DEL CANTON PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA", es solamente autentico, original y personal.

En virtud el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente investigación son de exclusiva responsabilidad legal y académica de los autores.





……...	……
HUMBERTO GUERRERO CADMELEMA	CARLOS TUBÓN ROVAYO
1600500332	1805080676
AUTOR 1	AUTOR 2

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el Trabajo de Integración Curricular titulado: "**El agroturismo como estrategia para la reactivación turística del cantón Patate, provincia de Tungurahua".**



PhD. Luis Manosalvas Vaca

Presidenta del Tribunal



Ing. Jesús Antonio Bonilla de Gracia

Miembro del Tribunal



Dr. Carlos Vinueza Chávez

Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe el presente M Sc Deisy Valeria Quevedo Amay, con CI: 1104120710 certifica que el Proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: **"El agroturismo como estrategia para la reactivación turística del cantón Patate, provincia de Tungurahua".** Ha sido examinado a través del sistema Anti - plagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 4%.

En el cantón Pastaza, a los 22 días del mes de septiembre de 2020.



M Sc. Deisy Valeria Quevedo Amay

Director del Trabajo de Integración Curricular

1 Document Information

Analyzed document	**EL AGROTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA-URKU ND.docx (D79677088)**
Submitted	9/22/2020 10:32:00 PM
1.1 Submitted by	
Submitter email	dv.quevedoa@uea.edu.ec
1.2 Similarity	4%
Analysis address	dv.quevedoa.uea@analysis.urkund.com

2 Sources included in the report

W		**URL: https://docplayer.es/72565371-Universidad-estatal-peninsula-de-santa-elena.html** **Fetched: 8/1/2020 8:06:21 AM**	2
SA	2.1	**Tesis FINAL.docx** **Document Tesis FINAL.docx (D59006596)**	2
W		**URL: https://1library.co/document/zx5rg3nq-diseno-turistica-artesanal-canton-provincia- ...** **Fetched: 8/3/2020 3:57:02 AM**	2
W		**URL: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24017/1/Tesis%20E.A..pdf** **Fetched: 6/29/2020 10:51:06 PM**	6
SA	2.2	**Tesis para URKUND Pazmiño.docx** **3** **Document Tesis para URKUND Pazmiño.docx (D77367603)**	
SA	2.3	**TESIS ALEX CANDELA Y JIPSON BARRE (URKUND).docx** **Document TESIS ALEX CANDELA Y JIPSON BARRE (URKUND).docx (D59271808)**	1
SA	2.4	**DOYLET PARRA JOHNNY.docx** **Document DOYLET PARRA JOHNNY.docx (D47338847)**	1
SA	2.5	**DEFINITIVO TESISRUTH AGROTURISMO.pdf** **Document DEFINITIVO TESIS RUTH AGROTURISMO.pdf (D78968280)**	2
SA	2.6	**Raúl Orellana.Informe Final.docx** **Document Raúl Orellana. Informe Final.docx (D64031332)**	2
SA	2.7	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / ESTRATEGIAS DE BIOSEGURIDAD PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA POTENCIALIZANDO LOS ATR ...** **Document ESTRATEGIAS DE BIOSEGURIDAD PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA POTENCIALIZANDO LOS ATR ...**	

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, queremos agradecer a Dios por permitirnos acabar con nuestro proyecto, por ser la fuente de vida y amor, quien supo cumplir nuestro sueño anhelado. A nuestros padres, que siempre estuvieron ahí para darnos sus palabras de apoyo, con un abrazo reconfortante para retomar energías. Sin duda como no expresar mi agradecimiento a la UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA en donde nos permitió formarnos como profesionales, a nuestros profesores quienes nos ayudaron en nuestra formación siempre impregnando sus conocimientos con ética y profesionalismo. Así, queremos demostrar nuestro agradecimiento a todas las personas que estuvieron presentes para hacer este un sueño realidad, agradecerles por toda su ayuda, palabras motivadoras, conocimientos y consejos, que día a día los tuvimos presentes. También queremos agradecer a nuestra querida tutora por su orientación, paciencia y dedicación durante el desarrollo de nuestro trabajo, ya que fue de vital importancia para poder culminar con éxito

¡Muchas gracias por todo!

Humberto Guerrero, Carlos Tubón

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios, quien nos ha dado las fuerzas para superar todas las adversidades, en segundo lugar, a nuestros padres y hermanos por las palabras de aliento durante estos años de continua formación. A nuestros docentes por toda la paciencia y apoyo brindado al momento de transmitir sus conocimientos, este trabajo es para ustedes.

Humberto Guerrero, Carlos Tubón

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo impulsar el crecimiento turístico y económico en el cantón Patate, Provincia de Tungurahua mediante la fomentación del desarrollo del agroturismo, ya que el cantón se dedica principalmente al sector primario, siendo su fuerte la agricultura, los cultivos y su producción, cuentan con atractivos turístico que brindan actividades agroturística en las diferentes haciendas que prestan los diferentes servicios como: demostración de los cultivos, animales, convivencia cultural, gastronomía, pesca deportiva y sobre todo tener una experiencia única con la naturaleza. La metodología aplicada en el trabajo de investigación posee un enfoque exploratorio cualitativo, que expone la realidad turística de la zona, se investiga y analiza toda la información posible sobre los aspectos y características, así también publicaciones y estudios de reactivación turística que existen en el cantón. Además, es de tipo descriptiva porque se examinará la situación de Patate y la potencialidad agroturística mediante la aplicación de varias matrices y herramientas de análisis para crear estrategias para reactivar el turismo en el cantón, los resultados obtenidos demostraron de la situación actual que atraviesa el cantón, por el impacto socio-económico y turístico producidos por la pandemia actual SARS-CoV-2 (COVID-19), que ha afectado directamente a la producción, generado desempleo, disminución de la demanda turística, con un sector agrícola con gran potencial no aprovechada. Lo cual, con la presente investigación realizada, mediante el diseño de estrategias (agroturismo), será de gran ayuda e importancia por la variedad de actividades que se puede realizar en el campo agrícola y obtener ingresos extras, mediante el agroturismo, logrando que el cantón se reactive turísticamente y así se incrementará la economía, creando fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida de las personas y de las zonas rurales.

PALABRAS CLAVES: Agroturismo. Reactivación turística. Cantón Patate. Provincia de Tungurahua. Ecuador.

SUMMARY

The objective of this research is to promote tourist and economic growth in the Patate canton, Tungurahua Province by promoting the development of agrotourism, since the canton is mainly dedicated to the primary sector, its strength being agriculture, crops and their production They have tourist attractions that offer agrotourism activities in the different farms that provide different services such as; demonstration of crops, animals, cultural coexistence, gastronomy, sport fishing and above all have a unique experience with nature. The methodology applied in the research work has a qualitative exploratory approach, which exposes the tourist reality of the area, all possible information on the aspects and characteristics is investigated and analyzed, as well as publications and studies of tourist reactivation that pre-exist in the canton. In addition, it is descriptive because the situation of Patate and the agrotourism potential will be examined by applying various matrices and analysis tools to create strategies to reactivate tourism in the canton, the results obtained demonstrated the current situation that the canton is going through , due to the socio-economic and tourist impact produced by the current SARS-CoV-2 (COVID-19) pandemic, which has directly affected production, generated unemployment, decreased tourism demand, with an agricultural sector with great potential not taken advantage of. Which, with the present research carried out, through the design of strategies (agrotourism), will be of great help and importance due to the variety of activities that can be carried out in the agricultural field and obtain extra income, through agrotourism, achieving that the canton It is reactivated in terms of tourism and thus the economy will increase, creating sources of employment, improving the quality of life of people and rural areas.

KEY WORDS: Agrotourism. Tourist reactivation. Canton Patate. Tungurahua Province. Ecuador.

TABLA DE CONTENIDO

1 CAPÍTULO I 1
1.1. INTRODUCCIÓN 1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 2
1.3 OBJETIVOS 4
1.3.1 OBJETIVO GENERAL 4
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4
1.4 JUSTIFICACIÓN 5
2 CAPÍTULO II 7
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 7
2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA 7
2.3 BASES TEÓRICAS 9
2.3.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE 9
2.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE 23
3 CAPÍTULO III: 29
3.1 METODOLOGÍA DE LA INVETIGACIÓN 29
3.2 LOCALIZACIÓN: 29
3.3 TIPO O DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 30
3.4 METODOLOGÍA 31
4 CAPÍTULO IV 32
4.1 RESULTADOS 32
4.1.1 RESULTADO DEL OBJETIVO UNO 32
4.2 RESULTADO DEL OBJETIVO DOS 40
4.3 RESULTADO DEL OBJETIVO TRES 47
5 CONCLUSIONES 56
5.1 RECOMENDACIONES 57
6 REFERENCIAS 58

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Definiciones de Turismo Rural 13
Tabla 2 Político - Legal 32
Tabla 3 Económico 33
Tabla 4 Socioculturales 34
Tabla 5 Tecnológicos 35
Tabla 6 Valores para cada factor 37
Tabla 7 Matriz MEFI 37
Tabla 8 Matriz MEFE 38
Tabla 9 Matriz del Perfil Competitivo (MPC) 39
Tabla 10 Tabla Recopilación de estrategias de proyectos y artículos científicos. 41
Tabla 11 FODA 48
Tabla 12 FODA cruzado 50
Tabla 13 La matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE) 52

INDICE DE FIGURA

Figura 1 Modalidades de Turismo Rural) 16
Figura 2 Sistema Turístico 19
Figura 3 Actividades asociada al agroturismo 26
Figura 4 Mapa de estrategias 46
Figura 5 Estrategias 47
Figura 6 Esquema del diseño de estrategias 54

INDICE DE IMAGEN

Imagen 1 Mapa de atractivos turísticos del cantón Patate 30

3 CAPÍTULO I

1.1. INTRODUCCIÓN

El potencial turístico en Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisaje y biodiversidad. De acuerdo a un estudio sobre la competitividad de Ecuador, la fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes. En sentido, la diversidad natural y cultural en el país juega un papel determinante en la sostenibilidad del turismo y los beneficios económicos asociados con la relevancia cualitativa y cuantitativa del turismo en Ecuador, sustenta la percepción de un gran potencial en el sector que puede ser aprovechado de manera integral (Huertas, Cuétare, Jiménez, & Pilco, 2020, pág. 1).

En la actualidad el Ecuador consta con cuatro regiones que son; Región Litoral o Costa, Región Sierra o Interandina, Región Oriente o Amazónica y Región Insular o Galápagos, los diferentes paisajes son rodeados por su abundante flora y fauna, por sus zonas altas de los páramos andinos y la selva del Amazonas, lo cual es ideal para realizar varias actividades turísticas, especialmente la actividad agroturística (Varela & Ron, 2019).

La variedad de climas, temperaturas, la composición del suelo y su abundancia de pisos climáticos que posee Ecuador, han optado como principal alternativa el agroturismo, siendo así, que las comunidades y sectores rurales, obtén por brindar este servicio, realizando proyectos turísticos, mejorando así, su calidad de vida (Varela & Ron, 2019).

Según (Vive Tungurahua, 2019) el cantón Patate o más conocido como "El Valle de la Eterna Primavera" Primer Pueblo Mágico del Ecuador, está ubicado en la provincia de Tungurahua, se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Ambato y de 25 minutos de la ciudad de Baños, sus límites son; norte: cantón Píllaro, sur: cantón Pelileo y Baños, este: cantón Baños, oeste: cantón Pelileo.

El cantón Patate, se dedica precisamente a la industria del sector primario, especialmente el sector agrícola (agricultura), además sumando sus tradiciones culturales y la diversidad de recursos naturales que posee, ha logrado posesionarse como uno de los destinos ideales para desarrollar las actividades turística.

El cantón Patate, se enfrenta a una disminución turística cada vez más fuerte, lo cual ha generado grandes pérdidas socio-económicas, debido al estado de emergencia sanitaria que está pasando a nivel mundial por el SARS-CoV-2 (COVID-19) y debido a la falta de facilidades turísticas y la infraestructura inadecuada para la modalidad de turismo que ofrece.

La investigación se realizó mediante un estudio tipo exploratorio cualitativo, se expone la realidad turística de la zona, indagando y analizando toda la información posible sobre los aspectos y características donde identificaremos las medidas que conduzcan hacia la reactivación económica mediante el agroturismo, así también publicaciones y estudios de reactivación turística existente del cantón. Además, es de tipo descriptiva porque se examinará la situación de Patate y la potencialidad agroturística mediante la aplicación de varias matrices y herramientas de análisis, el objetivo central de la investigación es proponer estrategias para lograr la reactivación turística del agroturismo en el cantón Patate en la provincia de Tungurahua.

Para llevar a cabo el estudio, el trabajo se estructuro en cinco capítulos. En el capítulo uno se describe una introducción de la investigación y se analiza el planteamiento del problema de la investigación, sus antecedentes y enunciados referentes al tema, los objetivos y la justificación. En el capítulo dos realizamos la fundamentación teórica, los antecedentes de estudios realizados sobre el objeto de investigación, elementos teóricos útiles para alcanzar los objetivos plateados. En el capítulo tres se encuentra la metodología con la que se desarrolla la investigación, el diseño y métodos de la investigación, para la recolección de la información. En el capítulo cuatro en este capítulo se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación. En el capítulo cinco se fundamenta las conclusiones y recomendaciones obtenidos del trabajo realizado.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador la actividad turística juega un papel muy importante, permite dinamizar la economía principalmente en la parte rural, siendo así que las políticas de estado en su gran mayoría están direccionados a potencializar esta actividad productiva, de esta forma el turismo en el Ecuador forma parte del modelo de gestión implementado

en los últimos años, formando parte del cambio de la matriz productiva, que es un modelo que básicamente va direccionado a innovar y potencializar nuevas actividades productivas especialmente en zonas rurales que han sido menos entendidas por los gobiernos de turno. La riqueza cultural y natural han hecho de Ecuador un país mega diverso que cobra el interés de muchos turistas que viajan al Ecuador para conocer sus áreas naturales protegidas, convivir con comunidades locales, visitar ciudades patrimoniales, degustar de sus costas, disfrutar de su gastronomía variada, recorrer sus destinos con características endémica, entre ellos se puede mencionar diversidad de paisajes o panoramas, resaltar diferentes manifestaciones culturales y exposición y reconocimiento de recursos autóctonos, contribuyendo al desarrollo, preservación y conservación del patrimonio natural y cultural (Mestanza, Llanos, & Herrera, 2019).

La agricultura ha continuado realizando aportes significativos a la producción, el empleo y las exportaciones del Ecuador. Se trata de una actividad muy diversificada en las tres regiones. El sector está compuesto por una mayoría de fincas rurales de auto-subsistencia en manos de campesinos (mayoritariamente indígenas y mestizos), que son el soporte del mercado nacional. Sin embargo, también hay un buen número de propiedades de tipo empresarial, modernas, y con numerosos productos –tradicionales y nuevos–, orientados a la agroindustria y la exportación. A pesar de numerosos esfuerzos y programas con distintos enfoques para fortalecer el desarrollo rural y aun cuando algunos productos mantienen una buena competitividad internacional, la producción y la productividad (Nieto, 2012, pág. 11).

Según (Vive Tungurahua, 2019) el cantón Patate es conocido como "El Valle de la Eterna Primavera", Primer Pueblo Mágico del Ecuador, ubicado en la provincia de Tungurahua a 30 minutos de la ciudad de Ambato limitada por el cantón Píllaro y la provincia de Napo al norte; el cantón Pelileo y Baños al sur, el cantón Baños al este y el cantón Pelileo al oeste.

Las actividades agrícolas son el referente de toda la provincia, es sin duda una de las actividades de mayor representación en el cantón Patate, con un potencial no aprovechado debido a la escasa tecnificación. se realizó “una proyección económica de los beneficios de la agricultura en el cantón, se determinó que los cultivos de ciclo corto como el tomate de mesa arrojaron una gran rentabilidad, siguiendo en importancia el ají y el maíz y en cultivos permanentes el mandarino y aguacate ocuparon un significativo

ingreso económico que determinaron el potencial agrícola del cantón Patate (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, 2015, pág. 105).

El agroturismo en el cantón Patate se enfrenta actualmente a una disminución turística cada vez más fuerte, debido al estado de emergencia sanitaria que está pasando a nivel mundial por el SARS-CoV-2 (COVID-19), la falta de facilidades turísticas (alojamiento, gastronomía, transporte, asistencia) y la infraestructura inadecuada para esta modalidad de turismo la cual nuestro motivo de investigación es realizar estrategias para la reactivación turística del cantón Patate mediante el agroturismo.

3.3 OBJETIVOS

3.3.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias para la reactivación turística fomentando el desarrollo del agroturismo en el cantón Patate provincia de Tungurahua.

3.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar diagnóstico situacional sobre aspectos socioeconómicos, ambientales y turísticos del cantón Patate.

- Indagar estrategias en base a revisión documental de investigaciones previas para la reactivación del agroturismo del cantón Patate.

- Realizar líneas estratégicas en torno a actividades turísticas sostenibles que fomenten el desarrollo del agroturismo en el cantón Patate.

3.4 JUSTIFICACIÓN

El agroturismo no es impulsado por el gobierno descentralizado, ya que no es considerado una fuente de desarrollo económico para el país por esta razón las inversiones para el agroturismo son hechas por empresas privadas o autogestión comunitaria, por lo mismo que los proyectos presentados tienen más conflictos para ser aprobados por el sistema burocrático. Una comunidad que quiera desarrollar agroturismo debe contar con características específicas principalmente como su recurso paisajístico, espacios para desarrollo de infraestructura y áreas adecuadas para el desarrollo del mismo, dadas estas característica además consideramos que lo primordial de una comunidad es la predisposición de la gente aprender y desarrollar sus capacidades como anfitriones turísticos además de esto la economía de comunidad debe basarse de manera prioritaria en el agro y estar consolidada a beneficio de toda la comunidad (Cejas & Albán, 2018).

La presente investigación se realiza con la finalidad de diseñar estrategias como herramienta el agroturismo para reactivar el turismo en el cantón Patate en la provincia de Tungurahua. La justificación se detalla en función de los lineamientos propuestos por Hernández Sampieri (2018):

Conveniencia: La investigación se desarrolla con el objetivo de crear lineamientos estratégicos bajo la metodología cualitativa con el propósito principal de brindar estrategias claras y específicas para que los agricultores implementen procesos de producción de bienes y servicio más eficientes de sus productos promoviendo así la reactivación turística y la generación de ventajas competitivas que aseguren su crecimiento y supervivencia en el mediano y largo plazo (Sampieri H. , 2018, pág. 40).

Relevancia Social: El proyecto permite la generación de identidad cultural a través del agroturismo del sector, además de generar oportunidades de empleo para las moradoras de la localidad, promoviendo más fuentes de ingresos, activando la economía a nivel local Hernández Sampieri (2018).

Implicaciones Prácticas: Hernández Sampieri (2018) nos dice que la investigación busca resolver algún problema real. Los resultados del presente proyecto de titulación servirán como fuente de información y para impulsar emprendimientos en

el sector agroturístico. Para el presente proyecto se tomará en cuenta matrices para el análisis de la información segundaria el cual permitirá especificar con claridad lo que se ofrece al mercado, los medios a utilizar para generar la promoción y con ello generar los ingresos a la localidad en tiempos de SARS-CoV-2 (COVID-19).

Valor Teórico: Mientras Hernández Sampieri (2018) nos dice que el valioso aporte al conocimiento relacionado a la aplicación del Modelo Cualitativo como herramienta para analizar datos secundarios, estructurar la información y establecer lineamientos claros que garanticen el crecimiento del agroturismo en el sector de Patate. Por otro lado, la investigación principalmente se centra en trabajos desarrollados en Patate en los últimos meses, específicamente estudios de las empresas de turismo, y de agroturismo como es el caso del presente proyecto, permitió obtener conocimiento sobre su generalización a otros ámbitos comerciales.

Utilidad metodológica: Hernández Sampieri (2018) no dice que la metodología cualitativa busca principalmente la expansión de los datos de información, utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar las preguntas de la investigación como la implementación del agroturismo como estrategias para la reactivación turística, logrando aumentar así la afluencia y demanda de turistas y que ayudara al desarrollo turístico socioeconómica del cantón Patate.

El agroturismo es una actividad que aporta nuevas posibilidades a los medios rurales y que genera cambios en los sistemas existentes. Los habitantes son actores de su propio desarrollo y no sólo espectadores de actividades turísticas. La adquisición de nuevos conocimientos en materias tales como gestión, organización, contabilidad, normativas y otros, no sólo eleva el nivel de los servicios ofrecidos a la clientela agroturística, sino que también aporta un beneficio general al desarrollo rural **(Galindo, Banda, & Pinacho, 2007)**.

El agroturismo tiene similitudes con el ecoturismo lo que suele presentarse como una confusión en la práctica; sin embargo, el agroturismo debe plantearse en vinculación al ecoturismo e incluir sus prácticas rurales. Agroturismo es el desplazamiento de personas hacia lugares distintos, con la finalidad de conocer los procesos y sistemas de producción del campo (cultivar, cosechar, y otras) o experiencias de la vida rural **(Moreno, 2010)**.

Lo cual realizaremos la implementación del agroturismo como estrategias para

la reactivación turística, que ayudara al desarrollo turístico socio-económico, logrando aumentar así la afluencia y demanda de turistas del cantón Patate.

4 CAPÍTULO II

4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

4.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En el Instituto Tecnológico Cordillera (ITC) en la Carrera de Administración Turística y Hotelera se encuentra la tesis titulada "Diseño de una ruta agroturística y artesanal en el cantón Patate, en la provincia de Tungurahua con la finalidad de reactivar el turismo en el sector" lo cual la autora Alexandra Naucin, obtuvo resultados con lo siguiente. En el cantón Patate se implementó una ruta turística, dando a conocer sus principales atractivos turísticos tales como sus cascadas, frutas, cultivos y su producción de sus tierras con la finalidad de incrementar el desarrollo turístico del sector. A demás se llegó a conocer que el cantón Patate, tiene uno de los nivelas más bajos de llegada de turistas (Naucin, 2017).

En la Universidad Técnica de Ambato (UTA) en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación se encuentra la tesis titulada "El agroturismo como factor determinante en la dinamización turística del cantón Cevallos provincia de Tungurahua" lo cual el autor Carlos Espín concluye con lo siguiente. El agroturismo se implementaría más en el sector rural del cantón donde los turistas puedan tener más contacto con la misma naturaleza donde se llega a complementar con las zonas agrícolas, ya que existe grandes y pequeñas zonas de producción. La importancia del agroturismo dentro del mercado turístico y económico del cantón influye mucho ya que incrementa la economía y fuentes de empleo para las familias que viven de esta actividad (Espín, 2015).

En la Universidad Técnica de Ambato (UTA) en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación se encuentra la tesis titulada "El agroturismo y su importancia en el desarrollo socioeconómico del cantón Tisaleo de la provincia de Tungurahua" lo cual la autora Laura Núñez concluye con lo siguiente. El agroturismo tiene una gran importancia en el desarrollo socio-económico en la zona rural del cantón Tisaleo. El cantón Tisaleo cuenta con un gran potencial turístico para realizar el agroturismo por sus tierras fértiles y porque cuenta con los recursos necesarios para realizarlos. Proporciona fuentes de trabajo a familias, mejorando su estilo de vida y conservando su cultura

tradicional. En el Ecuador los cantones rurales tienen un gran potencial para realizar esta modalidad de turismo, pero que no han sido aprovechados adecuadamente, han demostrado que con el apoyo de entidades públicas (GADs Parroquiales y cantonales) y privadas (Cooperativas de Crédito y Cámaras de Turismo) es posible realizarlo de manera sostenible, respetando sus ecosistemas, paisajes y entornos naturales, logrando así un desarrollo agroturístico (Ñúnez, 2015).

En la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación se encuentra la tesis titulada "La ruta agroturística artesanal y su impacto socio-económico en los actores turísticos del cantón Pillaro, provincia de Tungurahua" lo cual la autora Andrea Romero concluye lo siguiente. El agroturismo tiene una gran importancia en el desarrollo socio-económico en el cantón. Pillaro cuenta con un gran potencial turístico con atractivos culturales y naturales para realizar el agroturismo y porque cuenta con los recursos e infraestructura necesarios para realizarlos. La ruta agroturística artesanal ayuda a fortalecer el agroturismo obteniendo resultados positivos para el desarrollo del cantón. Con el proyecto se logró fomentar una fuente de ingresos económicos que logro un incremento de la calidad de vida para la localidad, se dio a conocer lugares únicos donde se pueden encontrar y generar una gran experiencia, sus sitios misteriosos y con leyendas endémicas del cantón, ha logrado llamar a los visitantes, la cual con la creación de la Ruta Agroturística Artesanal, impulso el agroturismo en la zona con un mayor crecimiento de ofertas turísticas para un nicho de mercado definido (Romero A. , 2017).

En la Universidad de Cuenca (UCUENCA) Facultad de Ciencias de la Hospitalidad Carrera de Turismo se encuentra la tesis titulada "Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca" lo cual el autor Ángel Alvarracín concluye con lo siguiente. En cuanto a la factibilidad del agroturismo en Baños, se ha determinado que sí es factible, debido a que la parroquia dispone de recursos aprovechables para el agroturismo y además la mayoría de los visitantes sí están depuestos a participar en actividades agroturística. En Baños se puede diversificar la oferta turística median el desarrollo de diferentes productos, sin embargo, un producto turístico recomendado es el agroturismo, debido a que contribuye en la conservación de los cultivos ancestrales y ayuda en la revalorización de la cultura local. La parroquia Baños del cantón Cuenca, se beneficiará creando un producto turístico como el agroturismo que significa un

crecimiento y un desarrollo socio-económico creando fuentes de trabajo y mejorando la calidad de vida de la población y revalorando su cultura ancestral (Alvarracín, 2015).

4.3 BASES TEÓRICAS

4.3.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- **TURISMO**

La OMT, Organización Mundial del Turismo (United Nations World Tourism Organization o UNWTO), de la que hablaremos en el epígrafe siguiente tiene entre sus funciones la de elaborar conceptos que sean válidos para que todos realicemos las estadísticas del mismo modo y que, por tanto, sean comparables. De ahí que hace unos años, elaborara con esta finalidad la siguiente definición: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Aquí observamos ya algunas diferencias con la definición "académica": a) Se habla de entorno habitual y no sólo de lugar de residencia. b) Se dice que la estancia en destino ha de ser inferior a un año, puesto que en caso contrario sería considerado residente. c) Incluye expresamente los negocios como motivo turístico. Por eso, el primer efecto que origina la llegada masiva de turistas a un lugar es gasto que realizan, de ahí que los primeros estudios se realizaron desde el mundo de la economía. La definición que se ha aceptado universalmente como la mejor realizada hasta ahora, se debe a dos profesores economistas suizos y se realiza en plena II Guerra Mundial (1942): Walter Hunziker y Kart Krapf: Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas (Murcia, 2012).

Los estudios sobre turismo son relativamente recientes. Mientras que la química, la medicina, la matemática o la geografía han sido objeto de análisis desde la más remota antigüedad, esto de los viajes "de placer" no comienza a estudiarse de forma científica hasta el periodo de entreguerras (1919-1939). Todo tiene su explicación: en esa época (los felices años veinte) el mundo vive una etapa de gran auge económico. Fue en esta época cuando se popularizó el uso del teléfono, el automóvil y los electrodomésticos Y también los viajes, porque en estos años, gracias al incremento de la renta per cápita y al abaratamiento de los transportes, tiene acceso al turismo una gran cantidad de personas

que antes no hubiera podido hacerlo. Eso explica que ese mayor movimiento de personas dejase más dinero en los lugares visitados (núcleos receptores). Todos percibimos que en los lugares muy concurridos el dinero cambia de manos muy rápidamente (Murcia, 2012).

El turismo en el Ecuador es un sector turístico que apoya directamente a la economía del país (PIB) siendo un generador de recursos económicos que está en crecimiento, cuenta con muchos recursos naturales que llama la atención de turistas extranjeros por su gran diversidad de paisajes, su exótica flora y por su endémica fauna que habita en él territorio, logrando así posicionarse como un destino turístico a nivel mundial, el turismo ha logrado generar muchas fuentes de trabajo, logrando así, mejorar la calidad de vida de las personas que ofrecen la actividad turística (Orgaz, 2016).

- **TURISMO EN EL ECUADOR**

Ecuador es considerado un destino turístico principalmente, por su mega diversidad ambiental, lo que permite que su imagen y posicionamiento internacional se fortalezcan y generen un crecimiento de la actividad en el país. El turismo representa el tercer ingreso no petrolero para la economía y se pretende que en el 2020 sea la principal fuente de divisas. La actividad turística se ha convertido en una prioridad para el gobierno ecuatoriano. El 19 de abril del 2001, según el Decreto Ejecutivo 1.424, publicado en el Registro Oficial 309, se declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país Decreto Ejecutivo 1186, 2008, lo que implica la ejecución de estrategias para el crecimiento y mejora del sector y que repercute en el incremento de ingresos tanto de turistas como de divisas. Además, debido a la importancia que adquiere el turismo en el desarrollo del país, el Ministerio de Turismo asume la responsabilidad de promover la actividad y garantizar que se generen las condiciones adecuadas para competir en el mercado internacional, función que desempeña de manera estratégica y planificada. Para cumplir con este objetivo el Ministerio de Turismo desarrolla una oferta turística que se adapta a las necesidades y exigencias del turista que visita el país. Al ser catalogado como una política prioritaria del estado por su importancia en la balanza económica, el turismo está considerado dentro de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013–2017, que pretende alcanzar "la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad". En el marco de la Planificación Nacional se promueve el turismo consiente, sustentable y respetuoso con el medio ambiente y las comunidades sociales. De esta

manera, se incorpora al turismo en el cambio de la matriz productiva junto con otros trece sectores prioritarios. Se planifican como meta en el 2020 aumentar a 64% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales y, para conseguirlo, se establece la promoción nacional e internacional. Para alcanzar estos objetivos el Ministerio de Turismo de Ecuador desarrolla el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020. En el diagnóstico realizado por el MINTUR (Ministerio de Turismo) se detalla como una de las deficiencias que tiene la actividad turística en el país es la falta de planificación estratégica en el área de marketing, tanto a nivel nacional como internacional, estableciendo como una necesidad urgente la implementación del Programa de Fortalecimiento del Marketing Turístico de Ecuador. En este escenario y en el marco de la política nacional de cambio de la matriz productiva y la erradicación de la pobreza, en 2015 nace el proyecto "Ecuador Potencia Turística" que tiene el fin de fortalecer el sector como fuente sostenible de ingresos a través del posicionamiento nacional e internacional de los destinos turísticos en términos de diversificación de productos y mercados turísticos por MINTUR del Ecuador. El propósito del proyecto es ejecutar una promoción y un mercadeo estratégico del Ecuador como destino turístico. Las estrategias que se plantean se proyectan a una comunicación turística integral, en las que se incorporan la comunicación tradicional y la online o virtual. En conclusión, la promoción y difusión turística de Ecuador es considerada como un eje transversal para el desarrollo de la actividad. Por tanto, se presenta como un aspecto indispensable en las políticas y planificación estrategia de la actividad. Además, la promoción turística se incorpora a la Ley Decreto Ejecutivo 1186, 2008, y es considerada como un objetivo de la política estatal. En el artículo cuatro se detalla que se debe "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" y se otorga al Estado la función de promotor del turismo, para lo cual el Ministerio de Turismo debe "elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país" y "elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional". Para el gobierno ecuatoriano la promoción y la difusión del país son un eje transversal para el desarrollo de la actividad (Benítez, Gutiérrez, & González, 2018).

- **TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL ECUADOR**

El turismo es una industria que incluye un amplio aspecto de actividades económicas (alojamiento, servicios de suministros de comidas y bebidas, transporte de pasajeros, alquiler de equipos de transporte, actividades de agencias viajes y análogos), actividades culturales, recreativas y deportivas, e industrias conexas al turismo. Es una actividad que genera oportunidades de empleo y mejora la calidad de vida de la población de los territorios turísticos, a la vez que permite la articulación de las cadenas de valor del turismo, actualmente, el turismo se ha constituido en la cuarta actividad más importante en la generación de divisas después del petróleo crudo, banano y plátano, y el camarón; se ubica en el tercer lugar de ingresos en relación con los principales productos de exportación no petróleos (Ministerio de Turismo, 2017).

De acuerdo a cifras de la OMT, en el mundo el gasto realizado por los visitantes internacionales en actividades de alojamiento, comida y bebidas, entretenimiento, compras y otros bienes y servicios, entre otros, alcanzaron aproximadamente USD 1,260 miles de millones en el año 2015, es decir en términos reales y considerado las fluctuaciones de los tipos de cambio y la inflación, el crecimiento fue del 4.4% con respecto a 2014, respecto de las llegadas internacionales que regirán un crecimiento del 4.6%, en términos macroeconómicos, el gasto que realizan los turistas extranjeros se contabiliza como exportaciones para el país de destino y como importaciones para el país de residencia de dicho turista, para muchos países, el turismo receptor es una fuente vital de ingresos de divisas, pues a este se le atribuye la creación de muchas fuentes de empleo y oportunidades para el desarrollo de emprendimientos (Ministerio de Turismo, 2017).

- **TURISMO RURAL**

El surgimiento del turismo rural se relaciona con las formas de turismo alternativo, y por lo tanto opuesto al turismo tradicional, masivo y estandarizado. Si bien no puede considerarte totalmente nuevo, dado que en el siglo XIX ya se encuentran antecedentes del interés por las actividades de ocio en el campo, a partir de la década del setenta del siglo XX puede considerarse un nuevo turismo rural originado por tres situaciones: a) el agotamiento del turismo convencional, b) el desarrollo del ecologismo y c) la mercantilización de la naturaleza. Las dificultades para delimitar el alcance de este concepto generan un tema recurrente dado que en algunas situaciones se lo utiliza como equivalente de turismo interior, en oposición al turismo costero, o se lo

define como “actividad turística de implantación sostenible en el medio rural”. En otras situaciones se lo asimila a turismo de naturaleza, dado que una buena parte de las actividades recreativas que se incluyen en los productos de turismo rural son actividades que se disfrutan por realizarse en un ámbito natural. Además, a estas discusiones se suman las referidas a la dificultad de definir qué se entiende por ámbito rural, cuestión que se abordará más adelante (Varisco, 2016).

- **DEFINICIONES DE TURISMO RURAL**

Tabla 1 Definiciones de Turismo Rural

AUTORES	DEFINICIONES
Comisión de las Comunidades Europeas (1990)	Define al turismo rural según tres hechos: El turismo rural es un amplio concepto que comprende no solo las vacaciones en granjas, sino cualquier otra actividad turística en el campo. El turismo rural recoge a toda actividad turística de “interior”. Es un concepto que abarca toda actividad turística endógena soportada por el medio ambiente, humano y material. En consecuencia, cualquier actividad implantada en el medio rural (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Bardon (1990)	“El turismo rural es una noción muy amplia que abarca tanto el agroturismo o turismo en casa del agricultor, como cualquier otra actividad turística que se desarrolle en el medio rural” (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Crosby (1993)	“El turismo rural es cualquier actividad turística en el medio rural, incluyendo el litoral” (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Traverso (1996)	“La actividad turística de implantación sostenible en el medio rural” (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Loscertales (1999)	“Responde al creciente interés de los ciudadanos por el patrimonio y la cultura rural; satisface la demanda de espacios abiertos para la práctica de un gran número de actividades; constituye un factor muy positivo en la creación de empleo o para el incremento de la renta con carácter de

	complementariedad económica" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Mediano (2004)	"El turismo rural debe llevarse a cabo en zonas rurales en las que pueda darse un desarrollo turístico sostenible que repercuta en beneficios para las sociedades locales, suponga una participación activa de la población local, y se dirija a turistas que, previamente informados, motivados y formados busquen principalmente, un conocimiento del medio visitado, para un mayor disfrute del mismo en armonía con el entorno y con los habitantes locales" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Cànoves *et al.* (2005)	"Aquella actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Polo (2010)	"La actividad bajo la que se suministran experiencias turísticas que integran los elementos y servicios precisos para aportar una oferta integral de ocio al turista, y que a su vez, incluye elementos diferenciales con respecto a las experiencias turísticas suministradas por otras especialidades turísticas y que responden a motivaciones específicas de los turistas vinculadas con el contacto con el medio rural y natural; el desarrollo de experiencias personalizadas y singulares; y el desarrollo de una actividad que se considera adecuada para favorecer el desarrollo sostenible de las áreas rurales" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Romero Macías *et al.* (2011)	"Que se desarrolle en el medio rural, que sea una oferta integrada de ocio, que la motivación del turista esté basada en el contacto con el entorno autóctono, que exista una

	interrelación con la sociedad" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Instituto de Turismo de España (2014)	"La actividad turística en entorno rural o natural no masificado" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Solsona (2014)	"La actividad turística que se localiza en el espacio rural, que genera experiencias turísticas relacionadas con el entorno ambiental, el patrimonio y la cultura local, a través de la prestación de servicios que se integran e identifican con la idiosincrasia local" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Domínguez y Lennartz (2015)	"Desarrollado en zonas de interior, eminentemente agrícolas, relativamente alejadas de la línea de costa, preferentemente dentro de un entorno natural donde exista una preeminencia de actividades y estilos de vida tradicionales que el turista esté interesado, de alguna forma en conocer o participar" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).
Sanagustín *et al.* (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" (Moral, Fernández, & Sánchez, 2019).

Nota: *Diferentes conceptos de Turismo Rural*

Fuente: *Elaborado por Moral, Hernández y Sánchez (2019)*

- **MODALIDADES DE TURISMO RURAL**

En los últimos años se ha producido la violenta irrupción en el mercado turístico de una variedad de formas alternativas al tradicional turismo de sol, playa y centros urbanos: este abanico se ha dado en llamar Turismo Rural. Desde nuestra perspectiva denominamos de esta forma a una gama de tipos de experiencias, servicios y modos de hacer turismo que tienen en común: • desarrollarse en el medio rural • presentar un diseño propio del modo de vida campesino • presentar una orientación estratégica de desarrollo sustentable (Espinosa, 1998).

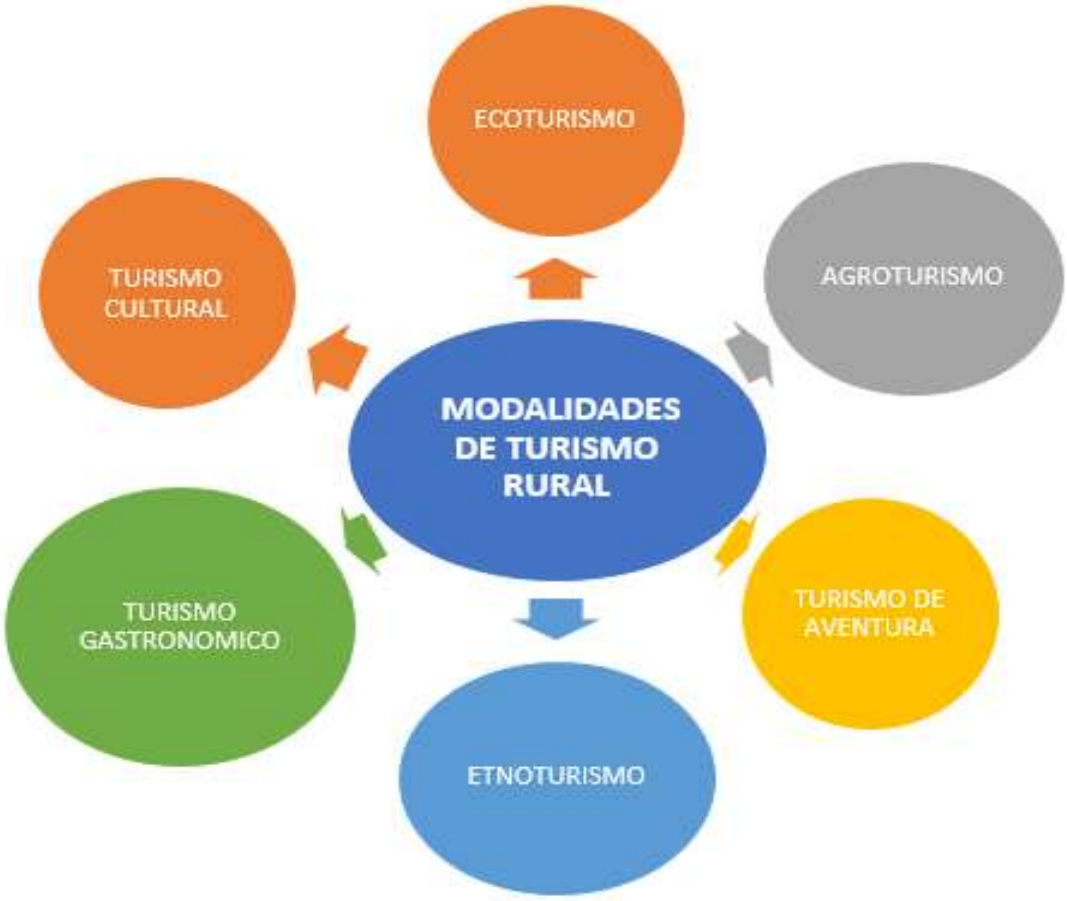

Figura 1 Modalidades de Turismo Rural
Fuente: (*Espinosa 1998)*
Elaboración: *Autores del trabajo de investigación*

- **AGROTURISMO**

Según (Morillo & Coromoto, 2011) el agroturismo es el desplazamiento de personas hacia lugares distintos, con la finalidad de conocer los procesos y sistemas de producción del campo (cultivar, cosechar y otras) o experiencias de la vida rural.

La oportunidad de vincular a la agricultura con el turismo ha sido visualizada desde hace tiempo por diversas instituciones como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales. Así surge el agroturismo, como una actividad recreativa incluida dentro de las modalidades de turismo en espacios rurales, donde se pueden articular una o varias de las fases relacionadas con la producción agropecuaria, además de la agroindustria, artesanía o gastronomía. El agroturismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen 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. Además, se agregan otros productos y servicios complementarios, tales como: alojamiento, alimentación y venta de productos. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad. Así pues, el agroturismo es todavía un modelo por explotar que puede contribuir a que permanezca una economía basada en las actividades rurales y agropecuarias de pequeños y medianos empresarios, así como los paisajes rurales, las costumbres y la cultura local. Este reto va más allá de los alcances de los empresarios y enfrentarlo requiere acciones concertadas entre los gobiernos locales y los operadores privados, dentro de una visión de territorio (Blanco & Riveros, 2010).

En algunos países, los conceptos de turismo rural y agroturismo se consideran como sinónimos. Esta confusión se debe a la manera en que se presentan y describen las ofertas de servicios, aunque en sentido estricto, son dos productos distintos. En el turismo rural, se privilegia el disfrute de la vida de campo y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias. Por su parte, el agroturismo tiene como eje de su oferta, las actividades propias de las explotaciones rurales y la participación en las prácticas cotidianas. Como ejemplo podemos citar la cosecha, ordeñe, rodeo de majadas, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales, entre otras. Estos trabajos de campo se combinan con caminatas, avistaje de aves, cabalgatas, paseos en bote, ciclismo, entre otras actividades recreativas. En este contexto, el agroturismo ofrece “experiencias” en un ambiente rural con oportunidades de diferenciación, posibilitando situaciones de interacción positiva con visitantes de las ciudades para sembrar en ellos un espíritu de cuidado del entorno natural y el respeto por el estilo de vida local. Contar lo que hago, cómo lo hago y cuál es el vínculo con la naturaleza anima a otros a investigar, a prestar atención, a ser permeables a sensaciones y experiencias nuevas. Este aumento de la receptividad, facilita la incorporación de nuevos conceptos y la escucha atenta de historias y experiencias. Está en los pobladores locales la habilidad de aprovechar estos momentos para “enseñar a mirar”, “enseñar a cuidar” y “trasmitir valores” (Peralta & Sebastián, 2017).

- **TURISMO SOSTENIBLE**

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2000) define el turismo sostenible como aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos protegiendo e incrementando las oportunidades a futuro. Es decir, gestionar los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfecha mientras se mantiene la identidad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de vida (Pérez de las Heras, 2004). Hay que recordar que el desarrollo turístico sostenible apunta a minimizar los daños ambientales y culturales, optimizar la satisfacción del visitante y maximizar el desarrollo económico a largo plazo de la región en cuestión. Es por tanto una forma de obtener un balance entre el potencial crecimiento del turismo y la necesidad de conservación (Monge & Perales, 2016).

- **RECURSO TURÍSTICO**

En una publicación de la OMT (Organización Mundial del Turismo) y con base en Zimmermann (1933) se entiende por recurso turístico a «todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda» (Sancho, 1998: pág. 186). Se trata de una noción inclusiva de las prestaciones de servicios: elemento del sistema turístico distinto del recurso turístico, incluso en esa misma publicación (Navarro & Diego, 2015).

- **ATRACTIVO TURÍSTICO**

Acerenza (1984) identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización «. Apunta asimismo que «constituyen el principal motivo para que el turista lo visite [al destino]» y «son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas. Boullón (1985: pág. 44) señala que los atractivos turísticos conforman la «materia prima» que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere. También Gurría di Bella equipara atractivo y recurso turísticos (Navarro D. , 2015).

- **SISTEMA TURÍSTICO**

El enfoque sistémico ha sido utilizado de manera recurrente para describir la actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones reduccionistas que definen el turismo desde una perspectiva única, 64 ya sea económica o social. Considerar el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y su referencia espacial en destinos concretos, permite describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística, y lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto. El enfoque sistémico permite explicar el turismo como un conjunto amplio de actividades y actores interrelacionados, a la vez que pone de manifiesto las repercusiones, positivas o negativas, que puede generar en un territorio concreto (Varisco & Benseny, 2013).

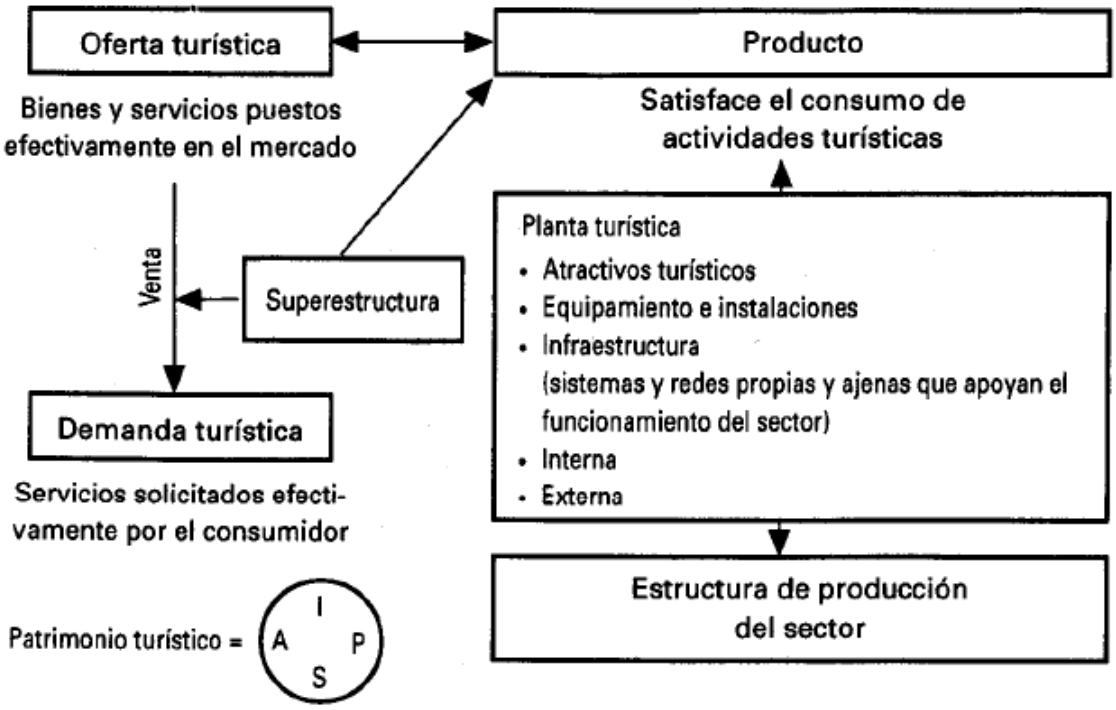

Figura 2 Sistema Turístico
Nota: *Descripción del sistema turístico que permite analizar su complejidad.*
Fuente: *Bullón (2004).*

De partida del funcionamiento del sistema, originado en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector, tal como se indica en la parte derecha de la figura mencionada. En el centro de la misma se ha representado a la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes. El sistema turístico (sin

llegar a ser extremadamente complejo) tiene algunas particularidades en su funcionamiento que se explicarán al detallar a continuación las características de las partes que lo componen (Bullon, 2006).

- **OFERTA TURÍSTICA**

Es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson, 1990). Esta definición contempla la demanda real o efectiva, y la demanda potencial que estaría interesada en viajar al destino. Los estudios de este subsistema contemplan de manera general dos objetivos descriptivos: cuantificar y cualificar la demanda. En el primer caso, se trata de medir el volumen de la corriente turística que puede expresarse en términos de visitantes (turistas o excursionistas) que arriban a un destino, cantidad de pernoctes realizados en un determinado tiempo o gasto total realizado. En el segundo caso, se trata de determinar el perfil del visitante a través de encuestas que brindan información sobre un conjunto diverso de variables: lugar de procedencia, medio de transporte utilizado, edad, grupo, nivel socioeconómico, formas de alojamiento, uso de servicios de gastronomía y esparcimiento, preferencia respecto de actividades, motivación, estadía y gasto promedio, recurrencia, medios de información, nivel de satisfacción, etc. En un nivel de análisis más profundo se estudian los determinantes de la demanda, históricos y actuales, y el proceso de decisión de un viaje turístico. También se analizan los cambios en la demanda y la manera en que surgen nuevos segmentos de mercado (Varisco & Benseny, 2013).

- **DEMANDA TURÍSTICA**

La demanda turística comprende el movimiento de individuos hacia los diversos destinos y su estancia en los mismos (características de alojamiento y actividades realizadas en el destino); así como, todos los bienes y servicios requeridos por el visitante durante el desplazamiento de su residencia hacia el destino, y su estadía (Flores & Barroso,2012). La demanda turística es la cantidad de producto turístico que los potenciales consumidores están dispuestos a adquirir a un precio en un momento determinado (Serrano & Pucha, 2017).

Es el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado. La oferta se clasifica en primordial y complementaria (De la Torre, 1980): la primera está integrada por los recursos turísticos y la segunda, por las empresas que componen el equipamiento turístico

y los eslabonamientos. Los recursos o atractivos turísticos han sido considerados la materia prima de la actividad debido a que son los elementos de la cultura o la naturaleza con atributos para motivar a los visitantes y generar la corriente turística. La metodología básica para su descripción es el relevamiento, que incluye su identificación y registro sistematizado, y la evaluación para determinar su importancia relativa dentro de un espacio geográfico. Para facilitar la comprensión y valoración de los visitantes respecto de los recursos se utilizan las técnicas de interpretación. El equipamiento está conformado por el conjunto de establecimientos que brindan servicios básicos: alojamiento, gastronomía, transporte, agencias y operadores mayoristas de viajes, balnearios y actividades recreativas. También se incluyen aquí los servicios no característicos que satisfacen las necesidades de los residentes y son utilizados por los turistas como el comercio y otros servicios. La delimitación de estas clasificaciones no es estricta, dado que existen situaciones en que un servicio básico puede convertirse por sus características en un recurso, como algunos spa o restaurantes muy característicos; también un conjunto de comercios puede transformarse en un atractivo de tipo centro comercial. Los eslabonamientos productivos se conforman con el amplio conjunto de actividades que aporta insumos al equipamiento y se relaciona con el turismo de manera indirecta. En este subconjunto se incluye la construcción, que en los períodos de desarrollo o crecimiento de los destinos turísticos tiene fuerte presencia en el sistema. También el sector primario y el sector industrial se ven favorecidos cuando la demanda de insumos para la actividad se satisface con una producción local o regional (Varisco & Benseny, 2013).

- **ESPACIO TURÍSTICO**

Es la capacidad de terreno, sitio o lugar donde se desarrolla una actividad económica, social y cultural relacionada con el turismo, basada en los recursos naturales, humanos y culturales, en las infraestructuras (comunicaciones, transportes, alojamientos) y en las ofertas y servicios turísticos. (Montaner, Antich, & Arcarons, 1998, pág. 145) (Núñez & Bélgica, 2015).

El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más la planta y la infraestructura turísticas, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país. Cuando los técnicos trabajan

en la determinación del espacio turístico, lo que hacen es delimitar sobre un mapa, una superficie de dimensiones planas, que es la mejor forma de representar el espacio que interesa a los planificadores físicos. Como ya hemos señalado, una de las características físicas de los atractivos turísticos es que, aun cuando se encuentren próximos, sólo excepcionalmente se tocan unos con otros; la otra que agregamos ahora, es que hasta en los países que cuentan con una mayor densidad de atractivos se notan grandes áreas del territorio que carecen de ellos, lo cual acentúa su discontinuidad. Visto que el espacio turístico es entrecortado, no se puede recurrir a las técnicas de regionalización para proceder a su delimitación porque, de acuerdo a las mismas, habría que abarcar toda la superficie del país o de la provincia en estudio y si se hiciera esto se cometería el error de hacer figurar como turísticas grandes superficies que no lo son. Esto quiere decir que las regiones turísticas no existen. Es precisamente en reemplazo de la idea de región turística que hemos desarrollado la teoría del espacio turístico. La mejor forma de determinar un espacio turístico es recurrir al método empírico, por cuyo medio se puede observar la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la planta, a fin de detectar las agrupaciones y concentraciones que saltan a la vista. De este modo, por medio de un procedimiento sistemático y de la aplicación de las metodologías específicas que indicaremos al describir cada elemento, se pueden encontrar todos los componentes del espacio turístico que se señalan a continuación, los cuales se han anotado en escala descendente con relación al tamaño de su superficie: Zona, núcleo, área, conjunto, complejo, corredor, centro, corredor de traslado, unidad, corredor de estadía (Bullon, 2006).

- **OPERADORES DE MERCADO**

Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo (Villares, 2015).

El turismo no se desarrolla, cuando no se comprende la relación y su funcionamiento que debe existir en el sistema turístico, si un elemento o componente falla como ejemplo: el operador turístico que no se encuentra cumpliendo su función principal, siendo el intermediario entre la oferta y demanda con el consumidor, el turismo no se está

desarrollando con éxito, produciendo una pérdida económica de gran escala, lo cual puede producir que empresas desaparezcan (Panosso & Lohman, 2012).

4.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

- **REACTIVACIÓN TURÍSTICA**

Para entender que es la reactivación turística debemos saber su significado, es la forma de reactivar o reactivarse, en el ámbito turístico, entendemos como la manera que un país, región, ciudad o comunidad busca estrategias para reactivar su flujo turístico, creando nuevas maneras, ofertas, de forma que, aumente su demanda logrando así el crecimiento económico de un lugar específico (Gallego, 2020).

El grado de éxito del proceso de reactivación en general y del incremento del nivel de participación de la economía campesina en particular, están condicionados por: a) la voluntad y decisión política para aliviar la pobreza, b) el marco macroeconómico global y sectorial coherentes con las políticas diferenciadas de este subsector, c) l participación de las organizaciones de productores y ONGs de servicio para el desarrollo rural, como procesos de concentración de esfuerzos, para determinar alianzas y demandar al Estado el espacio sociopolítico y los recursos requeridos para su desarrollo (Jordán, 1989).

Un turismo bien pensado trae provechos para los habitantes y además resalta la identidad a nivel local y regional, al desarrollar estrategias que reactiven este turismo se puede mostrar la riqueza turística de las regiones y se puede convertir la localidad en una fuente de inversión para los empresarios extranjeros. Cuando una localidad comienza a ser un destino turístico, esta actividad genera empleos, pues se modernizan los recursos existentes, atrae provechos a las comunidades, y se divulga el desarrollo habitacional y la infraestructura de los lugares, se crea lugares de recreación, sus pobladores crecen conservando el entorno en que nacieron y se evita de cierta la emigración de los habitantes de esos lugares. Por lo referido por el autor se puede concluir que la importancia de un plan de reactivación turística permite hacer uso de la diversidad de atractivos y actividades turísticas, ofreciendo a los visitantes una alternativa diferente y al mismo tiempo tener la posibilidad de generar ingresos económicos. En paralelo, es necesario la implementación de estrategias, las cuales pueden enfocarse en promociones de venta, publicidad en sitios web, convenios agencias de viaje, empleo de los medios masivos de comunicación, como radio, televisión y prensa plana, el uso de internet, y participación

en ferias de turismo, en definitiva, se debe trabajar con el estudio de una matriz de involucrados. Es decir que los involucrados están considerados como "un instrumento que permite identificar a aquellos grupos y organizaciones interesadas en el éxito de una política o proyecto, a quienes contribuyen o son afectados por sus objetivos, y a quienes tienen un poder de influencia sobre las decisiones a enfrentar." Entonces al tener claro el papel que desempeñan los involucrados se puede manifestar que son quienes tienen el interés de conocer como beneficia o afecta las políticas y/o programas en la viabilidad socio-política, con la finalidad de esclarecer la combinación de alianzas y conflictos que permita llegar a posibles soluciones (Suntaxi, 2019).

- **ESTRATEGIA**

La palabra estrategia tiene su origen en las palabras griegas "stratos", que se refiere a ejército, y "agein", que significa guía. Así mismo, la palabra "strategos" que hacía alusión a "estratega", también proviene del latín y del antiguo dialecto griego dórico. (Wikipedia.org). El estratega era el individuo (o individuos) que se encargaba de dirigir o de conducir al ejército en las guerras por el dominio territorial o por imponer su hegemonía. De igual forma, otra de sus funciones era la de tratar de evitar la guerra a través de la negociación con las ciudades que iban a ser invadidas. De esa manera, los gobernantes de Atenas, Esparta y Tebas consolidaron su posición; los primeros a través del diálogo; los segundos, con el uso de la fuerza, y los terceros, aplicando la estrategia, es el conjunto de fines y objetivos básicos de la organización, los principales programas de acción escogidos para alcanzar estos fines y objetivos, y los sistemas más importantes de asignación de recursos usados para relacionar a la organización con su entorno (Sierra, 2013).

- **CALIDAD DE VIDA**

La calidad de vida como la suma entre las condiciones de vida, la satisfacción con la vida y el sistema de valores en el que se vive (Urzúa & CaqueoUrízar, 2012). En esta última acepción del concepto la CDV es definida como un estado de bienestar general que comprende dimensiones objetivas y evaluaciones subjetivas de las condiciones económicas, la salud física, el estado emocional y las relaciones sociales; todas estas mediadas por los valores personales (Gutiérrez & Cardona, 2015).

- **DESARROLLO TURÍSTICO**

El desarrollo turístico tiene como principal función mejorar, crear y renovar diferentes factores que permiten satisfacer las necesidades de los turistas. A través de esta actividad, se aporta al desarrollo económico y social de la localidad generando así nuevas plazas de empleo. El desarrollo turístico es un proceso que se da de forma lenta en donde poco a poco integra todos los actores, de este modo Merinero & Pulido (2009), indican que se debe trabajar con todos los involucrados, puesto que entre mejores sean las relaciones, mayor será el crecimiento turístico en la zona. En este sentido el desarrollo turístico aporta al desarrollo social. Principalmente a la comunidad, la cual es el factor principal para lograr un desarrollo turístico. Se debe de impulsar un desarrollo social en donde la comunidad está plenamente relacionada en la transformación y aprovechamiento de los recursos disponibles en el territorio. Este cambio no solo se generará calidad al turista, además se obtendrá mejores oportunidades de empleo y calidad de vida para los residentes (Parra & Romero, 2019).

- **DESARROLLO AGROTURISTICO**

El desarrollo del agroturismo renueva la confianza de las personas involucradas, quienes tienen la posibilidad de hacer de su labor cotidiana un atractivo turístico que genere ingresos complementarios para una mejora de su calidad de vida y la de sus familias. Los beneficios del agroturismo transcienden 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. El turismo rural comunitario tiene la particularidad de ser gestionado por comunidades de pueblos originarios y campesinas, que, en un marco de respeto mutuo, comparten con el visitante su organización tradicional, saber y cosmovisión, generando ingresos equitativos y complementarios (Peralta & Sebastián, 2017).



Figura 3 Actividades asociada al agroturismo
Nota: *El Agroturismo como actividad turística*
Fuente: *Marvin Blanco, Hernando Riveros (2010)*

- **DESARROLLO SOSTENIBLE**

La declaración de Aichi-Nagoya reconoce que «las personas son el elemento central del desarrollo sostenible» y que la educación para el desarrollo sostenible tiene como fin «permitir a las generaciones actuales satisfacer sus necesidades, al mismo tiempo que se brinda a las generaciones futuras la posibilidad de satisfacer las suyas» (Unesco, 2014a, p. 1). Subraya el potencial transformador de este enfoque educativo, que facilita a las personas la adquisición de «conocimientos, aptitudes, actitudes, competencias y valores necesarios para hacer frente a desafíos relacionados con la ciudadanía mundial y a retos contextuales locales, actuales y futuros» (Murga & Menoyo, 2015).

El desarrollo turístico sostenible ha de ser responsable ecológicamente y a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva estética y social para la comunidad receptora (OMT, 1997). Bajo este concepto, se considera que son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, la cultural, la sociedad y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad

es justa, los beneficios de la actividad son repartida de forma equitativa y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje (Monge & Perales, 2016).

Este concepto surge en la década de los años setenta del pasado siglo, en respuesta a la toma de conciencia respecto de la crisis ambiental. Con muchas contradicciones en su implementación, se percibe primero como opuesto al desarrollo económico, pero con el transcurso del tiempo se transforma en una visión más integral que abarca la sustentabilidad ambiental, económica y social de los modelos de desarrollo. Actualmente, la UNESCO propone incorporar a este concepto la dimensión cultural, conforme a lo expresado en la Declaración de Hangzhou, de mayo de 2013, documento que inicia las acciones para situar la cultura en el centro del desarrollo sostenible. La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el desarrollo turístico sostenible como aquel que "atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y 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 74 cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida" (Varisco & Benseny, 2013).

- **NECESIDADES HUMANAS**

Las necesidades humanas se acomodan dentro del estrecho marco de racionalidad económica, en el cual: a) su reconocimiento parcial, los satisfactores y las formas de satisfacción se han cuantificado y b) se satisfacen a través del mercado preferiblemente, desconociendo las necesidades cualitativas que juegan un papel determinante en la expansión de la libertad y las capacidades de las personas. Adicionalmente, el reconocimiento de necesidades se ha articulado con una concepción de necesidades básicas y de pobreza absoluta que busca proporcionar satisfactores materiales mínimos, pero que no aborda el verdadero problema que está detrás de las inequidades sociales que se observan a lo largo y ancho del planeta: la concentración de la riqueza, que ha dado como resultado niveles exagerados de injusticia social y que se ha querido moderar con una política social residual que deja inalterado el panorama distributivo (Páez, Jiménez, & Buitrago, 2017).

Este concepto toma como base una de las concepciones más ricas e integrales del desarrollo, como es la Teoría del Desarrollo a Escala Humana que consiste en "la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de auto dependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con la social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado" (Max-Neef, 1993:30). Es probable que constituya el mejor ejemplo de un concepto que incluye en sí mismo todas las dimensiones del desarrollo. De Cambra Bassols (2008) analiza diferentes conceptos de desarrollo, haciendo mención explícita a las diferentes dimensiones que supone el desarrollo como proceso integral. Sostiene que el término desarrollo cultural, basado en la noción antropológica de cultura, es el más adecuado porque incluye la equidad, la democracia y la participación ciudadana real. No obstante, su uso está restringido al ámbito académico y puede confundirse con la noción elitista de cultura, en consecuencia, propone el término desarrollo humano por entender que incluye la dimensión ambiental y sitúa al ser humano en el centro del desarrollo (Varisco & Benseny, 2013).

- **NECESIDADES SOCIALES**

"Necesidades sociales", definidas como una serie de requerimientos comunes y compartidos por una población. Para Durkheim (1982), por ejemplo, la sociedad cuenta entre sus atributos con el de poder definir sus propias necesidades y, en consecuencia, las necesidades sociales derivadas de las prácticas de consumo y de las exigencias morales precisas al funcionamiento de la sociedad han de hallar una fuente legítima de regulación (Mballa, 2017).

5 CAPÍTULO III:

5.1 METODOLOGÍA DE LA INVETIGACIÓN

5.2 LOCALIZACIÓN:

El cantón Patate o más conocido como "El Valle de la Eterna Primavera" Primer Pueblo Mágico del Ecuador, está ubicado en la provincia de Tungurahua, se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Ambato y de 25 minutos de la ciudad de Baños, sus límites son **(Vive Tungurahua, 2019)**.

Coordenadas:

Norte: Cantón Píllaro.

Sur: Cantón Pelileo y Baños.

Este: Cantón Baños.

Oeste: Cantón Pelileo.

El cantón Patate cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos entre ellas manifestaciones culturales y sitios naturales muy importantes, se caracteriza por ser una población precisamente dedicada a la agricultura, posee una amplia oferta turística en los cuales cuentan con huertos agroecológicos, paseos en carretas, observación de aves, animales, orquídeas y recorridos por los bosques primarios y de gustar de su deliciosa gastronomía. En donde cuenta con una de las fiestas más religiosas de Tungurahua las fiestas en honor al Señor del Terremoto que es conocido a nivel Nacional.



Imagen 1 Mapa de atractivos turísticos del cantón Patate
Fuente: *Vive Tungurahua (2015)*

Su clima se caracteriza por una diversidad de pisos climáticos propios de la región interandina, aunque existe un predominio del clima meso térmico seco, que se va modificando por los vientos que ingresan por el cañón del río Pastaza. La temperatura promedio es de 15°C. Las lluvias se presentan entre septiembre y diciembre, siendo aprovechadas para el cultivo de frutales. La temperatura media anual se sitúa entre 14º C. y 17º C. Invierno: Octubre mayo y Verano: Junio-septiembre **(Vive Tungurahua, 2019)**.

5.3 TIPO O DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo tiene un enfoque cualitativo, debido que va a profundizar en la literatura del objeto de estudio, las características y la realidad turística de la zona, se investiga toda la información posible sobre los aspectos sobresaliente para nuestra investigación; Así también, publicaciones y estudios de reactivación turística existen del cantón. Además, fue un estudio de carácter longitudinal, en un lugar determinado y tiempo determinado. Esta investigación tuvo un análisis de datos para elaborar la etapa de diagnósticos y permitir el desarrollo del documento de esta investigación, se aplicó un estudio de caso mediante el muestreo cualitativo identificando el diagnostico de nuestra unidad de estudio y detallando, los actores y la información pertinente para poder abordar la variable de agroturismo como estrategia de reactivación turística, mediante la aplicación de varias matrices y herramientas de análisis. Posteriormente se realizó el

análisis respectivo y se obtuvo el panorama global en la investigación. Las características más sobresalientes de las iniciativas seleccionadas se presentarán en un análisis DAFO que define las estrategias vinculadas al agroturismo.

5.4 METODOLOGÍA

Para el primer objetivo, se desarrolló un estudio externo e interno, utilizando: la herramienta de análisis político, económico, social y tecnológico (PEST), esta es una herramienta que sirve para identificar los principales factores del entorno en el cual se desarrolló una actividad determinada; la matriz de evaluación de factores externos (MEFE) permitió resumir y evaluar la información de índole económico, social, cultural, demográfico, ambiental, político, gubernamental, jurídico, tecnológico y competitivo (CARRERO, 2018); y la matriz de perfil competitivo (MPC) este es un análisis que identificó a los principales competidores del cantón, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica. (Fred, 2003).

El segundo objetivo se realizó con una metodología exploratoria cualitativa donde se cumplió un estudio de casos, la investigación se enfocó en identificar medidas que conduzcan a la reactivación económica mediante el agroturismo en Patate, mediante la revisión documental, recopilación y sistematización de información de los últimos meses con respecto a planes, proyectos o estrategias de reactivación turística, para lo cual se compiló y analizó la información existente de la zona.

El último objetivo se realizó un análisis cualitativo (codificación, tabulación y análisis de contenido de los objetivos anteriores), donde se trazó las estrategias más sobresalientes en torno al agroturismo como actividad turística sostenible y promoviendo Patate como un destino libre de SARS-CoV-2 (COVID-19) en sus diferentes áreas de operación. Se trabajó con el análisis de los resultados con las matrices FODA y FODA cruzado para detectar las estrategias más factibles y se testeo mediante la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE), este es un método de selección cuantitativo, el cual permite identificar las principales estrategias que pueden dar solución a los problemas encontrados dentro del proyecto, dando una jerarquía a cada una de ellas.

.

6 CAPÍTULO IV

6.1 RESULTADOS

6.1.1 RESULTADO DEL OBJETIVO UNO

Para la obtención del resultado del objetivo uno, se basó en el diagnóstico situacional del cantón, aplicando la herramienta PEST (político, económico, social y tecnológico) que nos ayuda a identificar los factores del entorno, de manera externa. Se realizó el análisis y sistematización de la información obtenida de los últimos meses con respecto a planes, artículos, revistas, proyectos o reactivación turística del cantón Patate.

- **ANÁLISIS DEL ENTORNO PEST**

Tabla 2 Político - Legal

POLÍTICO-LEGAL
• Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b. Dar publicidad a su categoría; c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas. (Ley de Turismo, 2014)
• Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos. (Reglamento general a la ley de Turismo, 2015)

• Normativas del COE implementadas en todos los cantones del Ecuador. • Guía para el uso de quemamientos de bioseguridad y medidas sanitarias en establecimiento turístico en zonas rurales como: haciendas turísticas, hosterías, lodges y campamentos turísticos para su reapertura. (Ministerio de Turismo, 2020) • Protocolo de reactivación y operación de servicio de transporte terrestre durante la semaforización. (Ministerio de Turismo, 2020) • MPCEIP guía y plan general para el retorno progresivo a las actividades laborales. (Ministerio de Turismo, 2020) • Guía general de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la emergencia sanitaria por el SARS-CoV-2 (COVID-19) (Ministerio de Turismo, 2020) • Protocolo general de medidas de bioseguridad para turismo comunitario, en el contexto de la emergencia sanitaria por el SARS-CoV-2 (COVID-19). (Ministerio de Turismo, 2020)

Fuente: *Ley de Turismo (2014)*
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Mediante el análisis político podemos apreciar las políticas implementadas por el actual gobierno del Ecuador, en donde pondrán en funcionamiento el control, regulación y bioseguridad de la actividad turística para los diferentes cantones del país, especialmente en el cantón Patate, las nuevas normativas implementadas por el Comité de Operaciones de Emergencia cantonal (COE), sobre los protocolos de bioseguridad contra el SARS-CoV-2 (COVID-19) ha perjudicado a la actividad turística, con la prohibición del transporte público entre provincias, la reanudación de las actividades laborables presenciales en el sector público y privado al 30%, esto ha afectado de manera directa e indirectamente al crecimiento del turismo en el cantón.

Tabla 3 Económico

ECONÓMICO
– Inestabilidad económica actual del país y impacto económico en el cantón por la pandemia del(SARS-CoV-2) (COVID-19).
– La relación que existe entre los sectores: primario, secundario y terciario, respecto a la participación en la actividad económica denota que existen un 0.3 mil establecimientos económicos (1.4% de la Provincia de Tungurahua). (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)
– Producción vinícola, siendo esta una fuente generadora de empleo para varias personas del cantón. (Chicaiza, 2018)
– Las distintas ferias Agrícolas a nivel del cantón y un sin número de actividades que benefician económicamente como: capacitaciones y asistencia técnica en: ganadería,

agricultura, floricultura para su comercialización a propietarios, colaboradores y poblados aledaños, al generar fuentes de trabajo e impulsar para el implemento de más proyectos agroturístico y el involucramiento de más productores en la zona. (Chicaiza, 2018)
– En el cantón Patate contiene excelentes suelos en donde mantiene condiciones para la realización de sembríos, agricultura, piscícola, ganadería. (Chicaiza, 2018)
– El turismo una alternativa económica creando diferentes fuentes de trabajo en donde corresponde la cantidad de 357 personas dedicadas al sector turístico. (Chicaiza, 2018)
– La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca generan actividad en el cantón del 8.4 % de establecimientos, 2.0% de personal ocupado, 0,3 % de ingresos por ventas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)

Fuente: *Plan de Desarrollo del cantón Patate (2015)*
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

La principal fuente económica del cantón Patate es la producción agrícola como: mandarina, babaco, aguacates, fresas, tomate de árbol y riñón en la producción vinícola como: ron, whisky, champagne, vino artesanal en el sector ganadero como: ganadería lechera, ganadería de cría, ganadería de engorde y el ámbito turístico como: agroturismo, turismo religioso, turismo aventura, lo que genera empleos a varias personas de la zona, el impacto que está generando el SARS-CoV-2 (COVID-19) a nivel mundial ha hecho que el cantón tenga una gran pérdida socioeconómicamente, especialmente en la actividad turística, la perdida de trabajo en los primeros meses ha hecho que varias personas obtén en realizar pequeños emprendimientos para sobresalir en la situación actual que atraviesa el país.

Tabla 4 Socioculturales

SOCIAL
El 69,3% se dedican a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. (Chicaiza, 2018)
Se mantiene un 60% de la población trabajando en el desarrollo turístico del cantón. (Chicaiza, 2018)
El cantón Patate tiene el 2,67% de la población de la provincia de Tungurahua. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)
El 39.92 % tienen nivel primario, 18,47% nivel secundario, 7,40% nivel superior. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)

El 9.1 % de analfabetismo de la provincia de Tungurahua se encuentra en el cantón Patate. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)
Existe un 0,05% de desempleo en relación al cantón Ambato con 5,81%. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)

Fuente: Plan de Desarrollo del cantón Patate, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Patate (2015)
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Se puede aprecia que el 69,3% de la población se dedica precisamente a la agricultura, silvicultura y pesca, el cantón Patate cuenta con 15.415 habitantes, que corresponde solo el 2,67% de la provincia de Tungurahua, la implementación de estrategias para la reactivación del turismo, lograra crear fuentes de trabajo vinculando en sus terrenos la implementación del agroturismo, produciendo y realizando actividades turística que, ayudara a crear fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida y logrando que las personas se preparen, y así poder disminuir el analfabetismo en el lugar, mejorando la productividad y el desarrollo de las zonas urbanas como las zonas rurales del cantón.

Tabla 5 Tecnológicos

TECNOLÓGICOS
– El acceso a las telecomunicaciones en el cantón Patate al igual que en el resto de la provincia considera un rango de cobertura poblacional relativamente bajo. (Chicaiza, 2018)
– En Patate tan solo el 38.91% de hogares poseen servicio de telefonía fija. (Chicaiza, 2018)
– brindado en la actualidad por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT. (Chicaiza, 2018)
– El servicio de telefonía celular cubre el 63% de la población Urbano-rural.
– El uso de internet en la actualidad ha permitido que la población mejores su conectividad y sirva este servicio como un medio más de información, teniendo acceso, en el área de Patate el 73% de la población según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Patate 2015. (Chicaiza, 2018)

– El Plan Nacional de Política Exterior 2006-2020 (PLANEX 2020) plantea el desarrollo de una diplomacia que "promueva la inversión extranjera directa en sectores productivos en los que no se cuente con ahorro interno, y que tengan especial significación por su positivo impacto social, tales como el turismo y la producción agroindustrial, haciendo énfasis en la transferencia de tecnología y la generación de empleo." Además, se establece una atención particular al "turismo y la política energética en la ejecución de la política exterior. Para la promoción turística se reforzará la coordinación con el Ministerio de Turismo y otras entidades públicas y privadas del país. Dichas acciones deben realizarse bajo inventario previo de los recursos renovables y no renovables que requieren políticas activas de conservación ambiental." (Rivera et al, 2020)

Fuente: Plan de Desarrollo del cantón Patate, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Patate (2015)
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Se puede apreciar que la accesibilidad de la población a las tecnologías y telecomunicaciones, son relativamente bajos, cuenta con el 38,91% de servicio de telefonía por cada hogar urbano y rural, la implementación de uso de la tecnología en el ámbito de producción de la agricultura, ganadería, silvicultura como: el uso del kit de instrumentos y equipo de medición agronómicos que ayudara a conocer el estado y la fertilidad del suelo, las condiciones fiscas de las plantas y el estado de la temperatura del ambiente en que se desarrollan los cultivos donde facilitan y aumentan la producción, mediante la implementación de maquinarias, mejorando así el trabajo diario de los agricultores.

- **Matriz de Evaluación de Factores Internos y la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFI y MEFE)**

Se realizó en base a los resultados obtenidos del diagnóstico situacional del cantón Patate y también se relacionó al impacto producido por el SARS-CoV-2 (COVID-19) al sector turístico, lo cual se determinó los diferentes factores críticos de éxito, de las fortalezas, debilidades de manera interna como; administración, marketing, ventas, recursos humanos, finanzas y de las oportunidades, amenazas de manera externa como; político, económico, social, tecnológico sobre la actualidad agroturística en el cantón.

1. Asignar un valor de 1-4 a cada factor.
2. Respuesta actual de la estrategia de la organización respecto al factor.

Tabla 6 Valores para cada factor

LOS VALORES SON		
4	Fortaleza	Mayor
3	Fortaleza	Menor
2	Debilidad	Menor
1	Debilidad	Mayor

Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

1. Multiplicar el peso de cada factor por su valor.
2. Produce un peso ponderado.
3. Sumar los pesos ponderados para cada factor.
4. Determinar el puntaje ponderado total para la organización.
5. El puntaje más alto posible para la organización es 4.0; el más bajo, 1.0.

Promedio = 3.05

Promedio = 2.59

Adicional a las matrices que se van a realizar tomamos en cuenta la realización de la matriz FODA con sus diferentes estrategias enfocadas en las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades.

Tabla 7 Matriz MEFI

MATRÍZ MEFI			
Factor crítico de éxito	**Peso**	**Clasificación**	**Puntuación**
FORTALEZAS			
El cantón se dedica precisamente al sector agrícola.	0,09	4	0,36
Clima y entorno ideal para realizar el agroturismo.	0,05	3	0,15
Vías de acceso en buen estado.	0,04	3	0,12
Riqueza gastronómica.	0,04	3	0,12
Ubicación estratégica.	0,08	4	0,32
Seguridad para los turistas.	0,08	4	0,32
Gran variedad de atractivos turísticas.	0,3	4	1,2
DEBILIDADES			**2.59**
Carencia de promoción turística.	0,05	2	0,10
Deficiencia en idiomas extranjeros y atención al cliente.	0,05	1	0,05
Temor por la pandemia, por servidores turísticos para la reapertura de sus establecimientos.	0,05	2	0,10
Falta de servicios turísticos e Infraestructura inadecuada.	0,04	2	0,08

Insuficiencia de conocimiento sobre el agroturismo.	0,05	1	0,05
Falta de señalética en los atractivos turísticos.	0,04	1	0,04
Desinterés de los sectores públicos y privados.	0,04	1	0,04
	1.00		**0.46**
TOTAL			**3.05**

Nota: *1 Debilidad Mayor; 2 Debilidad Menor; 3 Fortaleza Menor; 4 Fortaleza Mayor*
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

La matriz MEFI nos ayudó a identificar tanto las fortalezas y debilidades que existen en el entorno interno del agroturismo, se comparó el total de las ponderaciones de manera individual, el total de la fortaleza es de 2.59, el mayor factor crítico de la fortaleza es la Gran variedad de atractivos turísticas con una ponderación de 0,3 y mientras el total de las debilidades es de 0.46, siendo así el mayor factor crítico de las debilidades es la carencia de promoción turística, deficiencia en idiomas extranjeros, temor por la pandemia, por parte de los servidores turísticos, eso quiere decir que tiene más fortalezas que debilidades, el resultado total es de 3.05 que se encuentra por encima de la ponderación normal que es 2,5 que nos permite saber que el agroturismo es fuerte internamente en el cantón.

Tabla 8 Matriz MEFE

MATRÍZ MEFE			
Factor crítico de éxito	**Peso**	**Clasificación**	**Puntuación**
OPORTUNIDADES			
Ser el primer Pueblo Mágico del Ecuador.	0,10	4	0,4
Interés de los turistas locales en visitar los diferentes atractivos turísticos.	0,05	3	0,15
Alianzas con operadores turísticas.	0,08	3	0,24
El agroturismo es una actividad en pleno crecimiento a nivel regional.	0,09	4	0,36
Accesibilidad y cercanía con las principales ciudades .	0,07	3	0,21
Mayor acogida del agroturismo por parte del mercado regional y extranjero.	0,08	3	0,24
Generar nuevas fuentes de trabajo.	0,09	4	0,36
AMENAZAS			**1.96**
Desastres naturales	0,08	1	0,08
Cercanía al volcán Tungurahua	0,09	2	0,18
Competencia turística con el cantón Baños	0,10	2	0,02
Inestabilidad política, económica y social del país	0,09	2	0,18
Baja demanda turística por el SARS-CoV-2 (COVID-19).	0,08	2	0,16

	1.00		**0.62**
TOTAL			**2.58**

Nota: *1- La respuesta es deficiente; 2- La respuesta es inferior al promedio; 3-La respuesta es promedio; 4-La respuesta es excelente.*
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación.*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

La matriz MEFI nos ayudó a identificar tanto las oportunidades y amenazas que existen en el entorno externo del agroturismo, se comparó el total de las ponderaciones de manera individual, el total de las oportunidades es de 1,96 con el mayor factor crítico que es ser el Primer Pueblo Mágico del Ecuador, con una ponderación de 0,10 y mientras el total de las amenazas es de 0.62, con el mayor factor crítico es la competencia turística del cantón Baños, eso quiere decir que tiene más oportunidades que amenazas, el resultado total es de 2,58 que se encuentra igual de la ponderación normal que es 2,5 que nos permite saber que el agroturismo tiene una igualdad, tanto de oportunidades como amenazas internamente en el cantón.

- **MATRÍZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC)**

Es una herramienta que compara la empresa y sus rivales y pone de manifiesto sus fortalezas y debilidades relativas. Con el fin de comprender mejor el entorno externo y la competencia en una industria en particular, las empresas suelen utilizar MPC. La matriz identifica los principales competidores de una empresa y los compara a través del uso de los factores críticos de éxito de la industria. El análisis también revela las fortalezas y debilidades en contraposición de los competidores, por lo tanto, la empresa sabría, qué áreas debe mejorar y que áreas proteger (Riquelme, 2015).

Tabla 9 Matriz del Perfil Competitivo (MPC)

		Agroturismo Patate		**Turismo De Aventura "Baños"**		**Agroturismo Pelileo**	
Factor Determínate del Éxito	**Peso**	**Valor**	**Puntaje**	**Valor**	**Puntaje**	**Valor**	**Puntaje**
1. Publicidad	0,20	3	0,6	4	0,8	2	0,4
2. Competencia de precios	0,08	3	0,24	4	0,32	3	0,24
3. Promoción	0,30	2	0,6	4	1.2	2	0,6
4. Innovación	0,30	3	0,9	4	1.2	2	0,6

5. Satisfacción del consumidor	0,02	3	0,06	3	0,06	2	0,04
6. Instalaciones	0,09	3	0,27	3	0,27	2	0,18
7. Productos complementarios	0,01	2	0,02	4	0,04	3	0.03
TOTAL	**1**		**2,69**		**3.89**		**2.09**

Nota: *1- menor debilidad; 2-menor debilidad; 3- menor fuerza; 4 – mayor fuerza.*
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Se pudo determinar mediante la utilización de la matriz del perfil competitivo cual es nuestra competencia directa e indirectamente que nos puede afectar en el mercado competitivo, se determinó que la competencia directa es el turismo de aventura en el cantón Baños con un total de ponderación de 3.89 su mayor factor determinante del éxito es la promoción y la innovación.

El agroturismo que se realiza en el cantón Pelileo afecta indirectamente a nuestro mercado, su ponderación total es de 2.09, su mayor factor determinante es la competencia de precios.

6.2 RESULTADO DEL OBJETIVO DOS

Se elaboró el mapa de estrategias basándose en la revisión exploratoria cualitativa documental, mediante recopilación y sistematización de proyectos de investigación, tesis, artículos científicos, artículos de revistas, de diferentes autores, de los últimos años con respecto a medidas que conduzcan a la reactivación económica mediante el agroturismo del cantón Patate, para lo cual se compiló y analizó la información existente de la zona.

Tabla 10 Tabla Recopilación de estrategias de proyectos y artículos científicos.

ESTRATEGIAS UTILIZADAS PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA MEDIANTE EL AGROTURISMO			
ESTRATEGIAS IMPLEMENTADO EN PROYECTOS DE TITULACIÓN			
TÍTULO	**AUTOR**	**AÑO**	**ESTRATEGIAS**
Diseño de una ruta agroturística y artesanal en el cantón Patate, en la provincia de Tungurahua con la finalidad de reactivar el turismo en el sector.	Alexandra Abigail, Naucin Yaucan	2017	Estudio de mercado y de la competencia. Promoción escrita a través de trípticos y recuerdos. Buscar alternativas para poder ayudar en el desarrollo turístico. Realizar varias actividades, a través de los productos, poder encontrar realizar un producto para el mercado y fortalecer el turismo. (Naucin, 2017)
EL agroturismo como factor determinante en la dinamización turística del cantón Cevallos provincia de Tungurahua.	Carlos Antonio Espín Constante	2015	Una de las líneas estratégicas impulsadas por los gobiernos locales, se refiere al desarrollo de productos turísticos, a través de fortalecer las rutas agroturísticas artesanales, mismas que se enfocan en motivar e incentivar el ingreso de nuevos actores a la cadena de valor turístico de la zona, a la vez que fomenta una coordinación eficaz entre los GADs para elevar el nivel de competitividad del destino e incluir segmentos de mercado. El incursionar en un mercado turístico que demanda mayor diversificación y alta calidad, se constituye un reto para el gobierno seccional, por tal razón el promover como uno de sus ejes de desarrollo, el agroturismo requiere proceder bajo una estructura técnica que aporte significativamente la construcción de una producto de calidad que aporte beneficios económicos y sociales en el sector agrícola y frutícola en particular, en este sentido desarrollar la evaluación del potencial turístico para la práctica del agroturismo. Por medio de esta modalidad turística se aportará a la 27% 73% Interés de los agricultores en la actividad agroturística SI NO 68 economía local y ayudará a fortalecer el sector agrícola, a valorizar la agricultura y la identidad cultural y a consolidarse como destino turístico. (Espín, 2015)
El agroturismo y su importancia en el desarrollo socioeconómico del cantón Tisaleo de la provincia de Tungurahua.	Núñez Villares Laura Bélgica	2015	Generar una propuesta de agroturismo para vincular de mejor manera la actividad turística y la agricultura en el cantón Tisaleo. Diseñar productos turísticos complementarios para fortalecer la oferta en la Granja Integral San Martín en el cantón Tisaleo provincia de Tungurahua. (Núñez L. , 2015)

Estrategia para la implementación de agroturismo en la parroquia El Progreso en la Isla San Cristóbal – Galápagos	Johan Tyrone Ricaurte Andrade	2015	Diseño de un plan de marketing Implementación de un programa de capacitación turística para finqueros conjuntamente con la con la junta parroquial, cámara de turismo y consejo de gobierno. Realizar posibles alianzas estratégicas con Santa Cruz para que se pueda complementar el agroturismo con San Cristóbal así no haya competencia. Trabajar en políticas para apoyo de infraestructura turística y mantenimiento de vías del sector rural. (Ricaurte, 2015)
Agroturismo y desarrollo sostenible en la parroquia Calpi, cantón Riobamba	María Gabriela Villacís Villacís	2020	Establecer alianzas con instituciones relacionadas al turismo para gestionar la ruta agroturística de Calpi. Gestionar la participación de la parroquia. Elaboración de medios publicitarios. Articular el agroturismo con los servicios turísticos de la parroquia. (Villacís M. , 2020)
Planeación estratégica para la cámara de turismo del cantón Patate, provincia de Tungurahua.	Villacís Carrillo Kattya Vanessa.	2019	Formalización, general material promocional para la difusión de atractivos y servicios turísticos a nivel nacional e internacional. Difusión de los servicios que oferta la Cámara de Turismo. Participación activa en ferias. Posicionamiento y estructurar un plan de medios para difusión de los establecimientos turísticos del cantón Patate. Establecer mecanismo para captación de socios. Establecer un programa de beneficios específico para los socios que permita la diferenciación y posicionamiento del organismo. Promover un programa de certificación de calidad para los establecimientos turísticos. Desarrollo turístico en el cabildeo para la ordenanza municipal que genere beneficios adicionales para los socios de la Cámara. Promover la profesionalización de los servicios turísticos. Gestión turística. Promover proyectos insignes que consoliden un producto turístico de calidad, estableciendo alianzas estratégicas publico privadas. (Villacís K. , 2019)
Estudio de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto	Solís León Diana Lissette González	2016	Como requerimiento se utilizará estrategias de promoción y difusión turística, logrando establecer un distintivo propio del sector, donde se plasme las bondades y virtudes del

Astudillo del cantón Milagro y su incidencia en el desarrollo del agroturismo.	Hernández Juliana Elizabeth		sitio. Utilizar colores llamativos en especial que representen que es parte de la parroquia. Difundir actividades a través de un sitio Web. Compartir información a través de redes sociales. Identificar los espacios físicos estratégicos para la colocación de las vallas. Fotografías de las comidas típicas, Listado de comidas, horarios de ferias y lugares a ser visitados por los turistas. (Solís & Hernández, 2016)
ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN ARTÍCULOS Y REVISTAS CIENTÍFICAS			
TÍTULO	**AUTOR**	**AÑO**	**ESTRATEGIAS**
La ruta agroturística artesanal y su impacto socio económico en los actores turísticos del cantón Píllaro, provincia de Tungurahua	Romero Vaca Andrea Jazmínea	2017	La propuesta busca mejorar el desarrollo de la ruta a través de itinerarios que permitan visitar de manera organizada los atractivos de acuerdo a los intereses de los turistas, logrando que los actores tengan un mayor desarrollo socioeconómico y mas no que ciertas áreas sean las beneficiarias. (Romero A. , 2017)
Agroturismo: una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales.	Juan Manuel Peralta & Sebastián Li	2017	Entre los proyectos, podemos mencionar emprendimientos gastronómicos, de alojamiento, cabalgatas, senderos interpretativos, Trekking y otros productivos, tales como plantación de frutillas, curtido de cueros y elaboración de quesos. De todos estos, algunos ya se han concretado y otros en se encuentran en la fase de diseño. Hoy, la comunidad se encuentra diversificando sus actividades productivas a través del agroturismo como manera de mejorar su economía y poner en valor su historia y la rica cultura mapuche-tehuelche presente. (Peralta & Sebastián, 2017)
Agroturismo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la parroquia Río Bonito.	Mateo Burbano, Harry Vite Cevallos, Héctor Carvajal.	2020	Propuesta para el diseño de una Ruta Agro turística en el trayecto San Miguel de Brasil-El Guabo La creación de una ruta agro turística permite conectar distintas localidades y aprovechar el potencial agrícola de cada una, ofreciendo a los visitantes un viaje placentero mientras contribuye al desarrollo socioeconómico del sector, lo que genera a los habitantes un plus en sus actividades cotidianas. Tomando en cuenta la riqueza agrícola del territorio en estudio, así como la disposición de los moradores, se considera factible la ejecución de este proyecto en el trayecto señalado. (Burbano, Vite, & Carvajal, 2020)

Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el cantón Milagro, Ecuador	Jael Zambrano Mieles, Rigoberto Zambrano Burgos, Dolores Mieles Cevallos, Jessy Castelo González.	2015	En base a los resultados de esta investigación, se hace un llamado a impulsar el agroturismo a través de planteamientos y propuestas que muy bien pueden ser realizadas de manera conjunta por el gobierno provincial, el gobierno nacional y las universidades establecidas en la región. Así como también, lanzar un plan de capacitación agresivo hacia los hacendados y la población orientada al desarrollo de la calidad del producto y el servicio, lo cual puede hacerse en convenio con universidades y en particular con el Ministerio de Turismo, que tiene un plan estratégico para incrementar la calidad del servicio particularmente en el turismo aquí en el país. (Zambrano, Zambrano, Mieles, & Castelo, 2015)
El agroturismo una alternativa para dinamizar la agroindustria rural	González Angélica, Iturralde María, Morales Johana.	2016	El propósito es proponer una visión estratégica lo más clara posible, permitiendo desarrollar una guía que permita la implementación del programa de dinamización en la Asociación de productores agrícolas La Península, a través de la discusión y toma de decisiones enfocadas al desarrollo del agroturismo. Por eso la iniciativa del programa se fundamenta en la creación de una oferta integral, es decir se aprovechan las potencialidades de cada uno de los actores inmersos en este proyecto para impulsar el desarrollo de granjas agro turísticas que contemplen grandes ventajas al incluir una planificación desde la primera etapa de su desarrollo. (González, Iturralde, & Morales, 2016)
Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español	Samir Sayadi, Javier Calatrava.	2001	Algunas recomendaciones pueden hacerse, como estrategias para aprovechar el potencial agro turístico de los sistemas agrarios de la zona: Analizar con más detalle la oferta potencial de agroturismo, identificando los posibles segmentos de dicha oferta. Diseñar un programa de potenciación a nivel local de los distintos segmentos tratando de ajustar las ofertas a las diferentes preferencias identificadas en la demanda. Diseñar un programa de promoción y propaganda, mediante publicidad que refleje las características y la naturaleza de cada oferta, y creación de un logotipo que suponga un distintivo de la zona y de la calidad de su oferta agro turística. (Sayadi & Calatrava, 2001)
Potencial del agroturismo como actividad emergente	José Alfredo Villagómez Cortés.	2019	Existen medios de difusión masiva tanto regionales, nacionales e internacionales donde se promueven distintas actividades y

en el municipio de Cuitláhuac, Veracruz, México.			destinos turísticos. La Dirección de Turismo del H. Ayuntamiento de Cuitláhuac posee una cuenta oficial en Facebook, pero hay otras dos cuentas de particulares que promueven el turismo en el municipio. En YouTube existen enlaces de sitios de internet que contienen videos de los lugares más conocidos en el municipio, incluidos algunos de los atractivos mencionados en el presente trabajo. También es conveniente desarrollar capacitación sobre agroturismo mediante alianzas con las organizaciones locales de productores agrícolas, instituciones de educación superior locales y autoridades a distinto nivel. (Villagómez, 2019)
Análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre provincia del Guayas – Ecuador	Gisella Párraga	2016	Dejar constancia que el agroturismo constituye una opción de negocio que permite lograr la sostenibilidad como una actividad complementaria de la agricultura. El agroturismo genera nuevas actividades para aprovechar recursos infrautilizados implementando: fincas turísticas, parques temáticos, alojamientos, sitios de restauración, venta de artesanías, etc. Adicionalmente ayuda al cambio de actitudes, propiciando el trabajo cooperativo y revalorizando la cultura. Para lograr un desarrollo local real, el agroturismo debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles. En la provincia del Guayas y en el país en general el agroturismo tiene una participación todavía débil, aún existen grandes retos para aprovechar su potencial. El agroturismo es un nicho de mercado que al no estar saturado brinda mayores oportunidades de éxito al empresario aportando al desarrollo local. (Párraga, 2016)

Nota: *Resumen de documentación relacionados a la estrategia de la ractivación turistica*
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

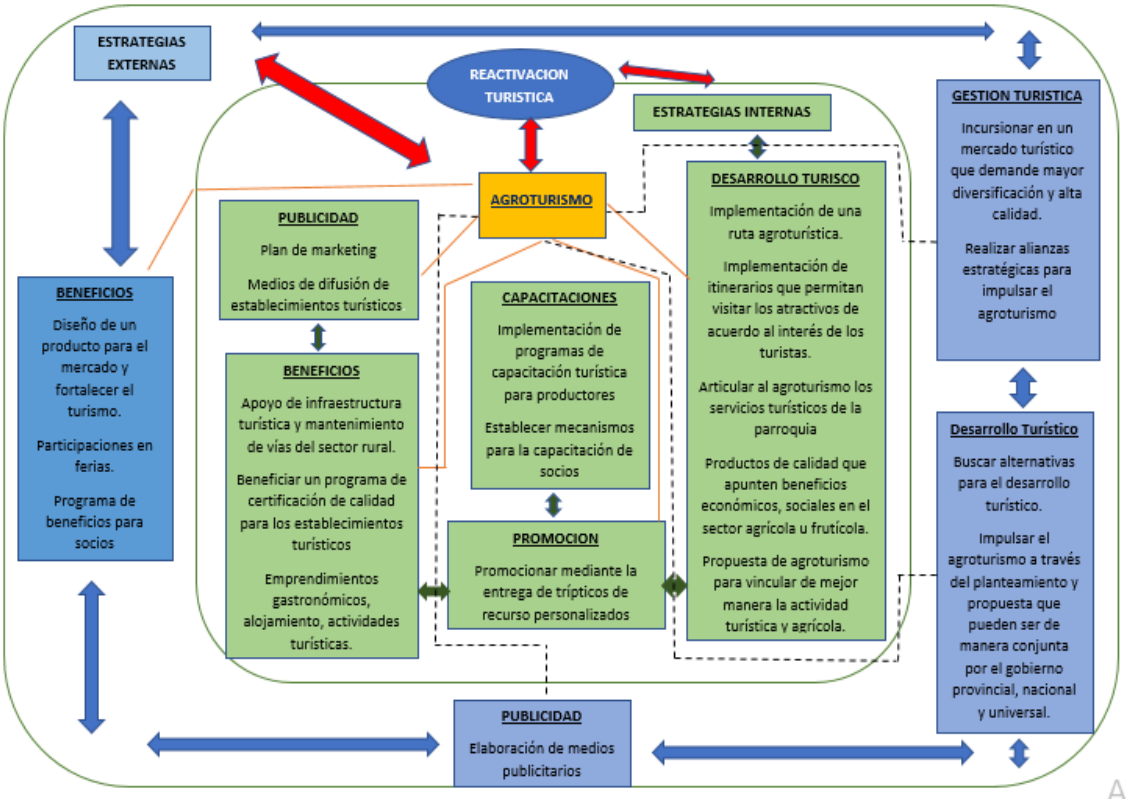

Figura 4 Mapa de estrategias
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los resultados obtenidos mediante la elaboración de la figura 4 del mapa de estrategias, nos dio a conocer que los diferentes autores plantean una misma analogía (publicidad, promoción, gestión turística, desarrollo turístico, capacitaciones, beneficios) sobre la implementación de estrategias para reactivar el turismo en diferentes zonas del cantón, lo cual ponen en funcionamiento la publicidad (a través de medios publicitarios, marketing, medios de difusión), la promoción (mediante trípticos, implementación de herramientas), la gestión turística (buscar alternativas para el desarrollo turístico de manera sostenible), el desarrollo turístico (productos de calidad para mejor económicamente en el sector agrícola y frutícola), el mecanismo para las capacitaciones (mediante la plataforma webinar, zoom) y beneficios (emprendimientos, infraestructura, certificaciones), logrando así el crecimiento socio-económico y mejorando la calidad de vida de las personas que realizan la actividad turística y de las zonas rurales.



Figura 5 Estrategias
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

6.3 RESULTADO DEL OBJETIVO TRES

- **FODA**

El FODA o DOFA, (SWOT, por sus siglas en inglés), es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etc... Esta técnica permitirá conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización; permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por tal organismo (Gómez, 2010).

Consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. El análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas (Talancón, 2006).

Se realizó la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) mediante el análisis situacional del cantón Patate, se sistematizo con la implementación de la herramienta para el estudio de contexto, matriz de factores internos y externos (MEFI Y MEFE).

Tabla 11 FODA

FODA	
FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
• Cercanía a mercados con mucha afluencia turística: Baños, Pelileo. • Biodiversidad y riqueza natural con potencial de oferta turística diversificada. • Vías principales y de segundo orden en perfecto estado. • Riqueza gastronómica. • El cantón se dedica precisamente al sector agrícola. • Potencialidad para el desarrollo del agroturismo. • Ser el primer Pueblo Mágico del Ecuador. • Implementación de protocolos de bioseguridad para la reactivación del turismo en el cantón.	• Influencia de turistas nacionales e internacionales. • Fortalecimiento en el sector económico. • Alianzas con Operadores turísticos. • Creación de fuentes de trabajo. • Desarrollo de la agroindustria y de la microempresa. • Proyectos para el crecimiento del agroturismo en diferentes comunidades del cantón. • Reaperturas de los establecimientos que brindan servicios turísticos, con un foro del 30%.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Falta de señaléticas. • Poca promoción turística por parte del departamento de turismo del cantón Patate. • Dificultad en los idiomas en las personas relacionadas con el sector turístico. • Falta de planificación turística para el desarrollo del sector. • Falta de innovaciones agroturística. • Falta de oferta agroturística en la categoría nacional e internacional. • Temor por la pandemia de los servidores turísticos para la reapertura de sus establecimientos.	• Altos niveles de competitividad de cantones. • Cambios climáticos. • Manejo inadecuado de recursos naturales • Emigración de la población en busca de empleo. • Aparición del SARS-CoV-2 (COVID-19) a nivel mundial. • Inestabilidad económica del país. • Perdida de tradiciones y de su cultura. • Normativas implementadas por el COE nacional. • Mano de obra extranjera a muy bajo costo.

Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

- **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Mediante los resultados obtenido del análisis FODA (fortalezas, amenazas, oportunidades, debilidades) concluye que, el cantón Patate en la pandemia SARS-CoV-

2 (COVID-19) su situación actual ha generado importantes fortalezas como; la implementación de protocolos de bioseguridad para la reactivación del turismo en el cantón, también las debilidades como; el miedo por parte de los servidores turísticos para la reapertura de sus establecimientos de alojamiento, restauración y actividades turísticas, por la actual pandemia a nivel mundial.

De manera externa las oportunidades que se ha generado son muy importantes como, por ejemplo; realizar alianzas con operadoras de turismo, agencias de viajes duales, que ayudaran a reactivar la economía, el aumento de la demanda y alcanzar nuevos segmentos de mercado, y las amenazas es la mano de obra extranjera a muy bajo costo, que esto ha generado mucho desempleo, y el aumento de la pobreza en el cantón Patate.

Tabla 12 FODA cruzado

	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
	• Cercanía a mercados con mucha afluencia turística: Baños, Pelileo. • Biodiversidad y riqueza natural con potencial de oferta turística. diversificada • Vías principales y de segundo orden en perfecto estado. • Riqueza gastronómica. • El cantón se dedica precisamente al sector agrícola. • Potencialidad para el desarrollo del agroturismo. • Ser el primer Pueblo Mágico del Ecuador. • Implementación de protocolos de bioseguridad para la reactivación del turismo en el cantón.	• Falta de señaléticas. • Poca promoción turística por parte del departamento de turismo del cantón Patate. • Dificultad en los idiomas en las personas relacionadas con el sector turístico. • Falta de planificación turística para el desarrollo del sector. • Falta de innovaciones agroturística. • Falta de oferta agroturística en la categoría nacional e internacional. • Miedo por la pandemia de los servidores turísticos para reapertura de sus establecimientos.
OPORTUNIDADES	**1 ESTRATEGIAS FO**	**2 ESTRATEGIAS DO**
• Influencia de turistas nacionales e internacionales. • Fortalecimiento en el sector económico. • Alianzas con Operadores turísticos • Creación de fuentes de trabajo • Desarrollo de la agroindustria y de la microempresa • Proyectos para el crecimiento del agroturismo en diferentes comunidades del cantón. • Reaperturas de los establecimientos que brindan servicios turísticos, con un aforo del 30%	• Adaptarse a los requerimientos del segmento de mercado escogido. • Aprovechar la ubicación estratégica del cantón para mejorar el posicionamiento del cantón a nivel regional.	• Trabajar una propuesta de promoción turística con una oferta restructurada dirigida al mercado local y a mercados nacionales. • Implementar videos de promoción y motivación turística, para fomentar el turismo seguro. • Incrementar proyectos para el crecimiento turístico en diferentes comunidades del cantón.

AMENAZAS	3 ESTRATEGIAS FA	4 ESTRATEGIAS DA
• Altos niveles de competitividad de cantones • Cambios climáticos • Manejo inadecuado de recursos naturales • Emigración de la población en busca de empleo, • Aparición del SARS-CoV-2 (COVID-19) a nivel mundial • Mano de obra extranjera a muy bajo costo • Inestabilidad económica del país • Perdida de tradiciones y de su cultura.	• Ofrecer precios accesibles para todo tipo segmento para lograr una ventaja sobre la competencia • Implementación de un Sello de Bioseguridad Turística • Implementar propuesta de reactivación del turismo interno, manual de aplicación de protocolos de bioseguridad y gestión de la actividad turística local.	• Concretar alianzas estratégicas con empresas relacionadas al turismo. • Diseñar e implementar un Plan de capacitación turística emergente

Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

Tabla 13 La matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE)

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO		**ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS**											
	Peso	**Estrategia**		**Estrategia**		**Estrategia**		**Estrategia**		**Estrategia**		**Estrategia**	
		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
		Aprovechar la ubicación estratégica del cantón para mejorar el posicionamiento del cantón a nivel regional.		Implementar videos de promoción y motivación turística, para fomentar el turismo seguro.		Incrementar proyectos para el crecimiento turístico en diferentes comunidades del cantón.		Implementación de un Sello de Bioseguridad Turística		Implementar propuesta de reactivación del turismo interno, manual de aplicación de protocolos de bioseguridad y gestión de la actividad turística local.		Adaptarse a los requerimientos del segmento de mercado escogido.	
OPORTUNIDADES													
Ser el primer Pueblo Mágico del Ecuador	0,10	4	0,4	4	0,4	3	0,3	4	0,4	4	0,4	2	0,2
Interés de los turistas en visitar el cantón Patate	0.05	3	0,15	3	0,15	2	0,1	4	0,2	3	0,15	3	0,15
Alianzas con operadores turísticos	0,08	4	0,32	4	0,32	2	0,16	4	0,32	3	0,24	2	0,16
El agroturismo es una actividad en pleno crecimiento a nivel regional	0,09	2	0,18	3	0,27	4	0,36	3	0,27	3	0,27	2	0,18
Accesibilidad y cercanía con las principales ciudades	0,07	4	0,28	1	0,07	1	0,07	1	0,07	2	0,14	1	0,07
AMENAZAS													
Desastres naturales	0,08	1	0,08	1	0,08	2	0,16	1	0,08	2	0,16	1	0,08
Cercanía al volcán Tungurahua	0,09	3	0,27	3	0,27	2	0,18	2	0,18	4	0,36	2	0,18

Competencia turística con el cantón Baños	0,10	3	0,3	1	0,10	2	0,20	3	0,30	2	0,20	2	0,20
Inestabilidad política, económica y social del país	0,09	2	0,18	2	0,18	2	0,18	3	0,27	3	0,27	2	0,18
Baja demanda turística	0,08	2	0,16	2	0,16	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16
FORTALEZAS													
Riqueza gastronómica	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	2	0,08
Ubicación estratégica	0,08	4	0.36	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16	3	0,24
El cantón se dedica precisamente al sector agrícola	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	3	0,27	3	0,27
Clima y entorno ideal para realizar el agroturismo	0,05	4	0,02	3	0,15	4	0,2	4	0,2	3	0,15	3	0,15
DEBILIDADES													
Carencia de promoción turística	0,05	2	0,1	1	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1	1	0,05
Deficiencia en idiomas extranjeros y atención al cliente	0,05	1	0,05	2	0,1	2	0,1	1	0,05	2	0,1	2	0,1
Falta de señalética en los atractivos turísticos	0,04	2	0,08	2	0,08	2	0,08	2	0,08	2	0,08	1	0,04
Falta de servicios turísticos e Infraestructura inadecuada	0,04	2	0,08	1	0,04	1	0,04	2	0,08	2	0,08	2	0,08
Insuficiencia de conocimiento sobre el agroturismo	0,05	2	0,1	2	0,1	3	0,15	2	0,1	2	0,1	2	0,1
TOTAL			**3,63**		**3,28**		**3,34**		**3,71**		**3,59**		**2.67**

Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*



Figura 6 Esquema del diseño de estrategias
Elaborado por: *Autores del trabajo de investigación*

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos mediante el análisis del FODA Cruzado, se logró crear estrategias viables para generar un impacto positivo en el entorno del cantón, logrando así, mitigar los problemas actuales que está atravesando la actividad turística, por la aparición de la pandemia mundial del SARS-CoV-2 Covid-19, en lo cual produjo un decrecimiento socioeconómico, político, tecnológico del cantón Patate.

La estrategia con mayor puntuación es "Implementación de un sello de bioseguridad turística" sumando un total de 3,71. Es un protocolo de bioseguridad muy importante para los establecimientos, generando confianza hacia los turistas, logrando así el crecimiento de la oferta y demanda turística del cantón.

La segunda estrategia con mayor puntuación es "Aprovechar la ubicación estratégica del cantón para mejorar el posicionamiento a nivel regional" sumando un total de 3,63. Fundamentalmente el cantón se encuentra ubicado estratégicamente, lo que ha logrado posesionarse como una de las potencias turísticas de la provincia de Tungurahua.

La tercera estrategia con mayor puntuación es “Implementar propuesta de reactivación del turismo interno, manual de aplicaciones de protocolos de bioseguridad y gestión de la actividad turística local” sumando un total de 3,59. La incorporación de los protocolos de bioseguridad en el cantón, es de suma importancia para lograr que los servidores turísticos brinden sus servicios a los turistas, logrando así reactivar la productividad del cantón.

La cuarta estrategia con mayor puntuación es “Incrementar proyectos para el crecimiento turístico en diferentes comunidades del cantón” sumando un total de 3,34. Implementar proyectos turísticos juntos con las comunidades, ayudara a impulsar nuevos emprendimientos como; gastronomía, alojamiento y actividades turísticas, generando que las personas beneficiarias mejoren su economía y su calidad de vida.

La quinta estrategia con mayor puntuación es “Implementar videos de promoción y motivación turística, para fomentar el turismo seguro” sumando un total de 3,28. La implementación de sitios web, redes sociales, mejorara de manera positiva con el incremento de productividad en el mercado, logrando alcanzar de esta manera, turistas nacionales e internacionales.

La sexta estrategia con menor puntuación es “Adaptarse a los requerimientos del segmento de mercado escogido” sumando un total de 2,67. Adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, para lograr ser un destino reconocido, implementado nuevas modalidades de turismo, e implementando una variedad de actividades, que brinden un servicio de calidad hacia los turistas.

7 CONCLUSIONES

I. En el análisis expuesto nos indica que, la mayoría de los habitantes, viven de la producción agropecuaria o de la producción agrícola (agricultura, ganadería, silvicultura, etc.) y una parte menor se dedica al desarrollo turístico, donde posee diversidad de producto y servicios, tanto de recursos naturales como recursos culturales que tiene el cantón, generando conjuntamente actividades agroturísticas como; Conociendo haciendas y realizando actividades diarias. Mediante las matrices cualitativas MEFE Y MEFI, se concluyó que el cantón Patate cuenta con fortalezas y oportunidades mayores, que ayudaran a enfrentar las amenazas y debilidades existentes en la zona de estudio, lo cual generara un crecimiento agroturístico.

II. Se concluyó mediante el estudio de revisión exploratoria cualitativa de documentos, proyectos de investigación, tesis, artículos científicos, artículos de revistas, que los diferentes autores tienen la misma analogía aplicada, en publicidad, promoción, gestión turística, desarrollo turístico, capacitaciones, beneficios, sobre la implementación de estrategias para impulsar un nuevo modelo para el desarrollo de la zona con productos turísticos, donde se pone en funcionamiento la publicidad a través de medios publicitarios (Facebook, YouTube), marketing, medios de difusión (radios), la promoción mediante trípticos, implementación de herramientas, la gestión turística donde se busca alternativas para el desarrollo turístico de manera sostenible, las capacitaciones mediante una plataforma en línea (Webinar), teniendo así beneficios como la infraestructura, emprendimiento y certificaciones para llevar una buena economía en la zona.

III. Finalmente podemos concluir que las principales estrategias que se podrían aplicar para realizar el agroturismo en el cantón Patate fueron la siguientes; Aprovechar la ubicación estratégica del cantón para mejorar el posicionamiento del cantón a nivel regional, implementar videos de promoción y motivación turística, para fomentar el turismo seguro, incrementar proyectos para el crecimiento turístico en diferentes comunidades del cantón, implementación de un Sello de Bioseguridad Turística, propuesta de reactivación del turismo interno, manual de aplicación de protocolos de bioseguridad y gestión de la actividad turística local, adaptarse a los requerimientos del segmento de mercado escogido. Se determinó que estas fueron nuestras seis principales estrategias, que permitirá que el cantón Patate, sea potencialmente turístico.

7.1 RECOMENDACIONES

I. Para futuras investigaciones tener la actualización de datos de las rutas turísticas y comunidades agroturísticas como es la Asociación agropecuaria Quinlata y Asociación agroecológica San Rafael Alto, en donde tenga información confiable en lo cual ayudara al Gad Municipal Patate a promocionar a las comunidades y haciendas agroturísticas y así poder mantenerse en el mercado turístico.

II. Al realizar la investigación se constató que no existe atractivos ni emprendimientos con relación al agroturismo, más bien las personas están dedicadas a la agricultura y ganadería, la cual es el medio principal de ingresos económicos. Sin embargo, los ciudadanos tienen el desconocimiento del valor cultural y sobre todo natural es ahí donde ocasionan la destrucción de los recursos naturales, ya que los habitantes pierden nuevas formas de ingresos económicos.

III. Se recomienda la implementación de protocolos de bioseguridad turística como; la creación de un sello de bioseguridad (mi establecimiento seguro y libre de Covid-19), logrando así crear confianza en los turistas que visiten el cantón Patate.

8 REFERENCIAS

Alvarracín, A. (2015). *Proyecto de agroturismo en la parroquia Baños del cantón Cuenca.* Cuenca: Universidad de Cuenca.

Benítez, V., Gutiérrez, I., & González, K. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 633-647.

Blanco, M., & Riveros, H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Conceptos instrumentos y casos de cooperación técnica*, 1-12.

Buhalis. (2000). *Scribd*. Obtenido de Marco Teorico-Marketing Turistico: https://es.scribd.com/document/243330858/Marco-Teorico-Marketing-Turistico-docx

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

Burbano, M., Vite, H., & Carvajal, H. (Enero de 2020). Agroturismo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la parroquia Río Bonito. *Revista Metropolitana*, págs. 138-143.

Carerro, J. M. (22 de Noviembre de 2018). *Blog 2IM Marketing, Marketing Digital*. Obtenido de EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS MATRIZ EFE MEFE: https://2immarketing.com/factores-externos-matriz-efe-mefe/#:~:text=La%20matriz%20de%20evaluaci%C3%B3n%20de,%2C%20jur%C3%ADdico%2C%20tecnol%C3%B3gico%20y%20competitivo.

CARRERO, Y. (22 de NOVIEMBRE de 2018). *2IMMARKETING*. Obtenido de https://2immarketing.com/factores-externos-matriz-efe-mefe/

Cejas, M., & Albán, C. (2018). El agroturismo: eje dinamizador en el desarrollo de Ecuador. *Agrollanía*, 50-57.

Chicaiza, E. (2018). *Plan de desarrollo turístico del cantón Patate.* Patate.

Contreras, J. (16 de Julio de 2006). *JoseContrerasNet*. Obtenido de La Matriz MPC: http://www.joseacontreras.net/direstr/cap492d.htm

Espín, C. (2015). *El agroturismo como factor determinante en la dinamización turística del cantón Cevallos provincia de Tungurahua.* Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Espinosa, P. (1998). Perspectivas del turismo rural. *Aportes y Transferencias*, 11-28.

Fred, D. (2003). *ANALISIS Y DECISION DE ESTRATEGIAS*. Obtenido de conceptos de administracion estrategica: http://uatlanticogestionestrategica.blogspot.com/2014/11/matriz-del-perfil-competitivo-mpc.html

GAD-M. (Marzo de 2012). *Atlas de mapas del Canton Alausi* . Obtenido de Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Canton Alausi : ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA3/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/CHIMBORAZO/ALAUSI/INFORMACION_GAD/INFORMACION%20DE%20LA%20CONSULTORA/Atlas%20Alausí%20PDOT%201.pdf

Galindo, M., Banda, K., & Pinacho, L. (2007). El agroturismo desarrollo rurual sustentable con la cabezera municipal de Ocosingo, Chiapas. *Universidad Tecnológica de la Selva Ocosingo, Chiapas*, 286-291.

Gallego, A. (18 de Marzo de 2020). *Atrevia* . Obtenido de Atrevia : https://www.atrevia.com/blog/turismo-y-la-recuperacion-post-crisis-covid-19/?fbclid=IwAR3C2Myo4rdnQHRff2UBPJMYjQHvVcWm9LUMUrRygWxvuZyWXKHPgmZ8mbE

Gómez, I. (21 de Agosto de 2010). *Emprendices*. Obtenido de Emprendices: https://www.emprendices.co/que-es-el-foda/#:~:text=El%20FODA%20o%20DOFA%2C%20(SWOT,comunicaci%C3%B3n%2C%20relaciones%20p%C3%BAblicas%2C%20etc%E2%80%A6&text=El%20t%C3%A9rmino%20FODA%20es%20una,Fortalezas

González, A., Iturralde, M., & Morales, J. (12 de Diciembre de 2016). El agroturismo una alternativa para dinamizar la agroindustria rural. *SIGMA*, págs. 31-39.

GoRaymi. (1 de Enero de 2016). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/iglesias-templos/capilla-san-francisco-sales-alausi-aflvjqj8a

GoRaymi. (2017). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/lagunas/lagunas-ozogoche-aaff0jhan

GoRaymi. (1 de Enero de 2017). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/edificios/hospital-civil-alausi-amy8i4sqy

GoRaymi. (1 de Enero de 2017). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/recomendaciones/parque-monumento-general-eloy-alfaro-ao3z2maku

GoRaymi. (1 de Enero de 2018). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/edificios/reloj-publico-alausi-arllya9fu

GoRaymi. (1 de Enero de 2018). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/gestores-gastronomicos/hornado-mercado-central-san-pedro-alausi-a1d2mca1k

GoRaymi. (1 de Enero de 2018). *GoRaymi*. Obtenido de GoRaymi.com: https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/rutas-paseos/lugares-turisticos-alausi-aew86lp72

Gutiérrez, & Cardona. (2015). Concepto de calidad de vida en la adolescencia: una revisión crítica de la literatura. *Revista CES Psicología*, 156-168.

Huertas, T., Cuétare, L., Jiménez, B., & Pilco, S. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio: cantón Mocha, Provincia de Tungurahua de Ecuador. *Espacios* , 1-3.

Humphrey, A. S. (30 de Junio de 2020). *Wikipedia*. Obtenido de La enciclopedia libre : https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA

Idrovo, G. G. (2018). *GoRaymi*. Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/alausi/historias/historia-construccion-puente-negro-a2psyo2f9

Jordán, J. (1989). La economía campesina crisis reactivación y desarrollo. *Iica*, 1-285.

Ley de turismo. (29 de Diciembre de 2014).

Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Mballa, L. (2017). Desarrollo local y microfinanzas como estrategias de atención a las necesidades sociales: un acercamiento teórico conceptual. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 101-127.

Mestanza, C., Llanos, D., & Herrera, R. (2019). Capacidad de carga turística para el desarrollo sostenible en senderos de uso público un caso especial en la reserva de producción de fauna Cuyabeno. *Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-15.

Ministerio de Turismo. (2017). Política de turismo del Ecuador. 1-94.

Ministerio de Turismo. (2017). Política de turismo del Ecuador. 1-94.

Ministerio de Turismo. (2020). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/ecuador-informate-old/

MINTUR. (28 de Enero de 2015). *ECUADOR* . Obtenido de PUEBLOS MAGICOS DEL ECUADOR: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/pueblos-magicos

Monge, J., & Perales, M. (2016). El Desarrollo Turístico Sostenible Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 57-72.

Monge, J., & Perales, M. (2016). El desrrollo turístico sostenible Tren Crucero del Ecuador. 57-72.

Moral, M., Fernández, M., & Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, 1-3.

Morales, J. (18 de mayo de 2010). *Tipos de Investigacion.* Obtenido de https://www.academia.edu/4646164/Tipos_de_Investigaci%C3%B3n

Moreno, M. C. (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión General*, 135-147.

Morillo, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y porducto turistico. Evolucion, conceptos, componentes y clasificacion. *Red de revistas cientificas de america latina, el Caribe, España y Portugal*, 156.

Murcia, E. (2012). El turismo conceptos y definiciones e importancia actual. *Técnico, Murcia*, 1-7.

Murga, & Menoyo. (2015). Competencias para el desarrollo sostenible: las capacidades, actitudes y valores meta de la educación en el marco de la Agenda global post-2015. *Foro de Educación*, 55-83.

Naranjo, J. (7 de Abril de 2016). *Flickr*. Obtenido de https://www.flickr.com/photos/jo28/26255231616

Narayanan, L. F. (1968). *Economipedia* . Obtenido de Análisis macro-ambiental en gestión estratégica: https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html

Naucin, A. (2017). *Diseño de una ruta agroturistica y artesanal en el cantón Patate, en la provincia de Tungurahua con la finalidad de reactivar el turismo en el sector.* Quito: Instituto Tecnologico Cordillera.

Navarro, & Diego. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos conceptualización clasificación y valoración. *Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas*, 25.

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos. *Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas*, 25.

Nieto, C. (2012). Nota de analisis sectorial agricultura y desarrollo rural. *Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación*, 11-12.

Núñez, L. (2015). *Generar una propuesta de agroturismo para vincular de mejor manera la actividad turística y la agricultura en el cantón Tisaleo.* Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Núñez, V., & Bélgica, L. (2015). El agroturismo y su importancia en el desarrollo socioeconómico del cantón Tisaleo de la provincia de Tungurahua. *Informe final del trabajo de graduación o titulación previo a la obtención del título de licenciada en turismo y hotelería.* Universidad Técnica de Ambato, Amabto.

Ñúnez, L. (2015). *El agroturismo y su importancia en el desarrollo socioeconómico del cantón Tisaleo de la provincia de Tungurahua.* Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Orgaz, F. (18 de Mayo de 2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas envías de desarrollo. *Universidad Autónomo del Estado de Mexico*, 1-10.

Páez, Jiménez, & Buitrago. (2017). Necesidades humanas y política soscial. *Revista Republicana*, 131-158.

Panosso, A., & Lohman, G. (2012). Teoría del turismo conceptos modelos y sistemas. *Epistomología del turismo*, 27-28.

Parra, D., & Romero, Y. (2019). *Propuesta de reactivación turística para el bosque petrificado Puyango, basado en la afluencia de turistas del periodo.* UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE

ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO. Machala: Universidad Técnica de Machala.

Párraga, G. (Junio de 2016). Análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre provincia del Guayas – Ecuador. *Revista turismo y desarrollo local*, págs. 2-6.

Peralta, J., & Sebastián, L. (Septiembre de 2017). Agroturismo una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. *Estación Experimental Agroforestal esquel*, págs. 45-46.

Pinchevsky, M. (12 de Enero de 2020). *EL UNIVERSO*. Obtenido de Estos son los primeros cinco Pueblos Mágicos de Ecuador: https://www.eluniverso.com/larevista/2020/01/12/nota/7686468/estos-son-primeros-cinco-pueblos-magicos-ecuador

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. (2015). Caracteristicas generales del cantón. *San Cristobal de Patate*, 105.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2015). *Caracteristicas generales del cantón* . Patate.

Porter, M. (3 de Julio de 2020). *Dircomfidencial*. Obtenido de https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/

Raymi, G. (2018). *Pueblos Magicos en "El pais de los Cuatro Mundos"*. Obtenido de Poblaciones de encanto y belleza,tradición y cultura: https://www.goraymi.com/es-ec/ecuador/rutas-paseos/pueblos-magicos-ecuador-aqcydahua

Reglamento general a la ley de Turismo. (22 de Ebero de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf

Reglamento general de actividades turisticas. (16 de Septiembre de 2011).

Ricaurte, J. (2015). *Estrategias para la implementación de agroturismo en la parroquia El Progreso en la Isla San Cristóbal-Galágos.* Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Riquelme, M. (24 de Mayo de 2015). *Web y Empresas*. Obtenido de https://www.webyempresas.com/la-matriz-del-perfil-competitivo/

Rivera, J. (2020). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador* . Quito.

Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación* . México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Romero, A. (18 de Febrero de 2017). La ruta agroturística y su impacto socio económico en los actores turísticos del cantón Pillaro, provincia de Tunguragua. págs. 1-12.

Romero, E. (4 de 2 de 2020). *RT*. Obtenido de Los 5 Pueblos Mágicos del Ecuador: ¿dónde se encuentran y qué ofrecen?: https://actualidad.rt.com/actualidad/339155-ecuador-designa-pueblos-magicos-impulsar-turismo#:~:text=Los%205%20Pueblos%20M%C3%A1gicos%20del%20Ecuador%3A%20%C2%BFd%C3%B3nde,se%20encuentran%20y%20qu%C3%A9%20ofrecen%3F&text=Patate%2C%20Alaus%C3%AD%2C%20Zarum

Salinas, D. G. (15 de JULIO de 2016). *Prezi*. Obtenido de FODA CRUZADO: https://prezi.com/dgkd64pxpnth/foda-cruzado/#:~:text=La%20matriz%20amenazas%2Doportunidades%2Ddebilidades,desarrollar%20cuatro%20tipos%20de%20estrategias.&text=Analizando%20sus%20caracter%C3%ADsticas%20internas%20(Debilidades,Oportunidades)%20en%20una%20m

Sampieri, H. (2006). *Portafolio Academico*. Obtenido de Diseño, Tecnologia e Innovación: https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/

Sampieri, H. (2018). Metodología de la Investigación. En H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 40). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Sayadi, S., & Calatrava, J. (23 de Abril de 2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategica en zpnas de montañas del sureste español. *Cuaderno de Turismo*, págs. 132-152.

SECTUR. (3 de Enero de 2015). *GOBIERNO DE MEXICO*. Obtenido de Secretaría de Turismo: http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/

Serrano, & Pucha, E. V. (2017). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca–Ecuador. *Revista Latino-Americana de Turismologia*, 58-68.

Shum, Y. M. (6 de Febrero de 2018). *Yi Min Shum Xis*. Obtenido de Matriz de evaluación de factores internos (Matriz EFI – MEFI): https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/

Sierra, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento y gestión*, 152-181.

Solís, L., & Hernández, J. (2016). *Estudio de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro y su incidencia en el desarrollo del agroturismo.* Milagro: Universidad Estatal de Milagro.

Suntaxi, W. (2019). Plan de reactivación turística cultural para la Ciudad de Sangolquí Cantón Rumiñahui. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Talancón, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la economía*, 1-16.

Tripadvisor. (2020). Obtenido de https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g294308-d3220131-Reviews-Tren_Ecuador-Quito_Pichincha_Province.html

Varela, A., & Ron, S. (31 de Enero de 2019). *Geografía y clima del Ecuador.* Obtenido de Geografía y clima del Ecuador.: https://bioweb.bio/faunaweb/amphibiaweb/GeografiaClima/

Varisco, C. (2016). Turismo rural propuesta metodológica para un enfoque sistémico. *Turismo y Patrimonio Cultura*, 153-154.

Varisco, C., & Benseny, G. (2013). Sistema turistico subsistema dimensiones y conceptos transdisiplinarios. *Facultad de ciencias económicas y sociales*, 1-17.

Vera, M. Á. (2 de Septiembre de 2019). *Conde Nast Traveler*. Obtenido de Naturaleza, La Nariz del Diablo, el tren que se asoma al abismo: https://www.traveler.es/naturaleza/articulos/nariz-del-diablo-tren-atraviesa-los-andes-alausi-ecuador/16040/amp

ViajandoX. (2017). *Ec.Viajandox*. Obtenido de https://ec.viajandox.com/alausi/iglesia-matriz-A886

Villacís, K. (2019). *Planeación estratégica para la cámara de turismo del cantón Patate, provincia de Tungurahua.* Ambato: Universidad Autónoma de los Andes.

Villacís, M. (2020). *Agroturismo y desarrollo sostenible en la parroquia Calpi, cantón Riobamba.* Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.

Villagómez, J. (15 de Diciembre de 2019). Potencial del agroturismo como actividad emergente en el municipio de Cuitláhuac, Veracruz, México. *Revista de alimentación contemporanea y desarrollo regional*, págs. 3-26.

Villares, B. (2015). El agroturismo y su importancia en el desarrollo socio económico del cantón Tisaleo de la provincia de Tungurahua. *Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la Obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería.* Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Vive Tungurahua. (2019). *Patate Turismo*. Obtenido de https://tungurahuaturismo.com/es-ec/tungurahua/patate/guia-turismo-ddd23a

Zambrano, J., Zambrano, R., Mieles, D., & Castelo, J. (25 de Diciembre de 2015). Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el cantón Milagro, Ecuador. *Revista Ciencias UNEMI*, págs. 104-110.