



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en
Turismo y Hotelería**

“La oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo”

Autor: Jorge Aníbal Maya Bermudes

Tutor: Lic. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero, Mg.

Ambato – Ecuador

Octubre 2022 – Marzo 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “La oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo” del alumno Jorge Aníbal Maya Bermudes, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, 31 de enero 2023

EL TUTOR

.....

Lic. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero, Mg.

C.C.: 1803236270

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación: “La oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, 31 de enero de 2023

EL AUTOR



Jorge Aníbal Maya Bermudes

C:C.: 1804415345

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación, o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, 31 de enero 2023

EL AUTOR



Jorge Aníbal Maya Bermudes

C.C.: 1804415345

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “La oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo.” de Jorge Aníbal Maya Bermudes, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, 31 de enero 2023

Para constancia firman

.....
Lic. Carmen Isabel Vaca Vaca, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803381423

.....
Lic. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz, Mg

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1712434412

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo inquebrantable y que a base de esfuerzo y sacrificio supieron sacarme adelante y me impulsaron a luchar para lograr mis objetivos y metas propuestas, sobre todo me enseñaron que la palabra no puedo, no existe y nunca darse por vencido pese a cualquier circunstancia.

A mi hermana por hacerme compañía y siempre estar junto a mi brindándome su apoyo incondicional.

A la memoria de mi abuelita Rosario quien con sus sabios consejos en mi niñez supo guiarme por el arduo camino de la vida y aquellos consejos fueron útiles para mi vida universitaria.

A toda mi familia que me supo apoyar en todo momento.

A mi novia Karla, gracias a la vida por ponerla en mi camino por ser mi compañera, consejera y cómplice en muchas de las experiencias y aventuras vividas a lo largo de este tiempo, me supo apoyar en todo momento y corregir mis malas actitudes, su inmenso amor me daba fortaleza siempre que sentía desmayar, siempre me motivo a salir adelante y luchar por todos mis objetivos planteados.

AGRADECIMIENTO

A Dios por concédeme la vida y guiar mis pasos a lo largo de toda mi existencia.

A la Universidad Técnica de Ambato que fue mi segunda casa y a la Facultad de Ciencias Humanas y la Educación Carrera de Turismo y Hotelería que fue mi segunda familia.

Al Lic. Daniel Sánchez, Mg. por brindarme su apoyo y amistad incondicional a lo largo del desarrollo de mi trabajo de titulación.

A todos los maestros por su abnegada y sacrificada labor que día a día supieron impartir sus conocimientos que me sirvieron y servirán de mucha ayuda para mi vida profesional.

A la asociación San Luis de Tisaleo que me abrieron las puertas para el desarrollo de mi trabajo de titulación.

A la vida por premiarme con amigos que se convirtieron en mí familia estuvieron ahí en todo momento nunca me fallaron pese a momentos buenos y malos que pasamos, gracias a su apoyo incondicional que a base de consejos y regaños ayudaron a forjar mi carácter para la vida profesional.

A todas las personas que de una u otra manera contribuyeron al desarrollo de la presente investigación mis más sinceros agradecimientos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRACT.....	XVI
CAPÍTULO 1.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes investigativos	1
1.1.1 Oferta turística.....	1
1.1.2 ¿Qué es oferta?.....	1
1.1.2.1 Análisis de la oferta.....	3
1.1.2.2 Tipos de oferta.....	4
1.1.2.3 La elasticidad de la oferta	5
1.1.3 Servicios turísticos	7
1.1.3.1 Tipos de Servicios.....	8
1.1.4 Productos turísticos	10
1.1.4.1 ¿Cómo se clasifica los productos turísticos?.....	11
1.1.4.2 ¿Cómo se conforma el producto turístico?.....	12
1.1.4.3 Medios y condiciones para participar en la actividad principal del viaje	12
1.1.4.4 Funciones básicas de un producto turístico.....	12

1.1.4.5 Etapas del producto turístico.....	13
1.1.5 ¿Qué es la oferta turística?	14
1.1.6 Turismo	17
1.1.7 ¿Qué es turismo?	17
1.1.7.1 Historia del turismo.....	17
1.1.7.2 Significado de turismo	18
1.1.7.3 Diferencia entre viaje y turismo.....	20
1.1.7.4 Beneficios del turismo.....	22
1.1.8 Turismo alternativo	23
1.1.8.1 Clasificación y actividades del turismo alternativo	25
1.1.8.2 ¿Cuáles son las principales características del turismo alternativo?	26
1.1.9 Turismo rural.....	26
1.1.9.1 Turismo y agricultura.....	27
1.1.9.2 El concepto de identidad del turismo rural.	28
1.1.10 Agroturismo	31
1.1.10.1 El Agroturismo en el Proceso Contemporáneo:	34
1.1.11 La oferta turística del cantón Tisaleo	35
1.2 Objetivos	37
1.2.1 Objetivo general:	37
1.2.2 Objetivos específicos:	37
CAPÍTULO II.....	39
METODOLOGÍA	39
2.1 Materiales.....	39
2.2 Métodos.....	40
2.2.1 Enfoque	40
2.2.2 Diseño	40

2.2.3 Alcance.....	41
2.2.3.1 Alcance investigativo.....	41
2.2.3.2 Alcance territorial.....	41
2.2.5 Población y muestra.....	42
Técnicas.....	42
Instrumento.....	43
ENCUESTA ESTRUCTURADA.....	45
Objetivo:.....	45
Instrucciones:.....	45
CAPÍTULO III.....	43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
3.1 Análisis y discusión de resultados.....	43
3.1.1 Análisis y discusión de resultados de la lista de chequeo.....	43
Oferta turística del Cantón Tisaleo.....	43
3.1.2 Pregunta 1.....	53
3.1.3 Pregunta 2.....	55
3.1.4 Pregunta 3.....	57
3.1.5 Pregunta 4.....	58
3.1.6 Pregunta 5.....	60
3.1.7 Pregunta 6.....	61
3.1.8 Pregunta 7.....	63
3.1.9 Pregunta 8.....	65
3.1.10 Pregunta 9.....	67
3.1.11 Pregunta 10.....	69
3.1.12 Pregunta 11.....	71
3.1.13 Pregunta 12.....	73

3.1.14 Discusión.....	75
3.2 Verificación de la hipótesis.....	76
Verificación de hipótesis.....	77
Análisis de fiabilidad.....	79
Resumen del procesamiento de los casos.....	79
CAPÍTULO IV	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
4.1 Conclusiones	81
4.2 Recomendaciones.....	82
PROPUESTA	83
MATERIALES DE REFERENCIA	88
Referencias bibliográficas.....	88
Anexos	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Recursos utilizados durante la investigación	39
Tabla 2. Servicios de alojamiento	43
Tabla 3. Servicio de alimentación (restaurantes)	46
Tabla 4. Servicio de alimentación (bares).....	47
Tabla 5. Recreación.....	49
Tabla 6. Transporte	51
Tabla 7. Frecuencia y porcentaje pregunta 1.....	53
Tabla 8. Frecuencia y porcentaje pregunta 2.....	55
Tabla 9. Frecuencia y porcentaje pregunta 3.....	57
Tabla 10. Frecuencia y porcentajes pregunta 4.....	58
Tabla 11. Frecuencia y porcentaje pregunta 5.....	60
Tabla 12. Frecuencia y porcentaje pregunta 6.....	61
Tabla 13. Frecuencia y porcentaje pregunta 7.....	63
Tabla 14. Frecuencia y porcentaje pregunta 8.....	65
Tabla 15. Frecuencia y porcentaje pregunta 9.....	67
Tabla 16. Frecuencia y porcentaje pregunta 10.....	69
Tabla 17. Frecuencia y porcentaje pregunta 11.....	71
Tabla 18. Frecuencia y porcentaje pregunta 12.....	73
Tabla 19. Hipótesis.....	76
Tabla 20. Factibilidad económica	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Curvas de oferta de dos empresas.....	6
Figura 2: Supersistema sociocultural	19
Figura 3: Diferencia entre viaje y turismo	21
Figura 4 Clasificación de actividades agrícolas. Elaboración con base en el Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales de Ontario.....	30
Figura 5 Oferta del agroturismo.....	34
Figura 6 Sistema FLOSS.....	35
Figura 7. Servicios de alojamiento.....	44
Figura 8. Características y servicios de la hostería El Tisaleño.....	45
Figura 9. Servicio de alimentación.....	47
Figura 10. Recreación	50
Figura 11. Transporte	52
Figura 12. Pregunta 1.....	53
Figura 13: Pregunta 2.....	55
Figura 14: Pregunta 3.....	57
Figura 15: Pregunta 4.....	59
Figura 16. Pregunta 5.....	60
Figura 17. Pregunta 6.....	62
Figura 18. Pregunta 7.....	64
Figura 19: Pregunta 8.....	65
Figura 20. Pregunta 9.....	67

Figura 21. Pregunta 10.	69
Figura 22. Pregunta 11.	71
Figura 23. Pregunta 12.	73
Figura 24. Prueba de chi-cuadrado.....	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Total de frecuencia de la encuesta aplicada.....	79
Anexo 2. Aplicación de la encuesta a los socios de la Asociación San Luis de Tisaleo .	81
Anexo 3. Ruta trazada por la aplicación Wikiloc.....	84
Anexo 4. Fanpage.....	85

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación surge de la importancia de analizar la oferta turística y el agroturismo del cantón Tisaleo, con esta investigación se busca solucionar el problema para dinamizar el sector turístico y agropecuario de la zona con base a un estudio de campo donde se analizará todos los factores y aspectos positivos y negativos, poniendo énfasis en solucionar los aspectos negativos mediante un trabajo en conjunto y coordinando directamente con los agricultores de la zona, pues ellos juegan un rol importante en la presente investigación, con la única finalidad de promover el turismo cantonal, crear una excelente oferta turística donde se trate de buscar la satisfacción del turista, y mejorar la calidad de vida de los agricultores ofertando sus productos con precios fijos y establecidos y al mismo tiempo propiciar emprendimientos locales. El desarrollo ejecutado en la investigación es una metodología cuantitativa de alcance exploratorio y descriptivo la cual a través de una modalidad bibliográfica y de campo ayuda a conocer el potencial y el nivel de oferta turística existente en el cantón Tisaleo, y por ende a dinamizar el agroturismo en dicho cantón. Se trabajó con los miembros de la Asociación San Luis de Tisaleo, debido a que los mismos son actores directos de la actividad agroturística que se da en la zona, donde se planteó crear una fanpage para que los socios puedan realizar publicaciones de todas sus actividades agrícolas y pecuarias que ellos realizan y de esta manera permitir a los a que lis turistas puedan acceder fácilmente a la información de los productos campestres que ellos cultivan.

Palabras clave: dinamizar, agroturismo, oferta turística, sector turístico, San Luis de Tisaleo

ABSTRACT

The present research arises from the importance of analyzing the tourist offer and the agrotourism of the canton Tisaleo, this research seeks to solve the problem to dynamize the tourism and agricultural sector of the area based on a field study where all the positive and negative factors and aspects will be analyzed, emphasizing the solution of the negative aspects by working together and coordinating directly with the farmers in the area, as they play an important role in this research, with the sole aim of promoting cantonal tourism, create an excellent tourist offer where it is necessary to seek the satisfaction of the tourist, and improve the quality of life of farmers by offering their products with fixed and established prices and at the same time to encourage local enterprises. The development carried out in the research is a quantitative methodology of exploratory and descriptive scope which through a bibliographic and field modality helps to know the potential and level of tourism available in the canton Tisaleo, and therefore to boost agrotourism in that canton. We worked with the members of the San Luis de Tisaleo Association, because they are direct actors in the agrotourism activity that occurs in the area, where it was proposed to create a fanpage so that the members can make publications of all their agricultural and livestock activities that they perform and in this way allow those to tourists can easily access the information of the farm products that they cultivate.

Keywords: energize, agrotourism, tourism offer, tourism sector, San Luis de Tisaleo

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

1.1.1 Oferta turística

1.1.2 ¿Qué es oferta?

Buscando fuentes que describan que es la oferta tenemos que:

Es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía (**Pedrosa, 2015**).

Para **Yadira (2016)** Se puede definir que la oferta es cantidad de productos o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos, la oferta se basa directamente a los productores.

Como lo afirma **Thompson (2006)**: “la oferta es una fuerza del mercado (la otra es la demanda) que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.”

Como información adicional y para tener un mejor concepto de lo que es la oferta podemos decir que es una combinación de servicios o bienes que contine una información detallada y puntual que da soluciones a las necesidades de una persona.

El Banco Bilbao Vizcaya Argentina [BBVA] (2022), menciona: “La ley de la oferta, indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta”.

Como lo menciona De Jesús y Zamora (2008):

Los productores siempre tratan de facilitar la vida a los consumidores a través de la innovación o creación de productos para lo cual se realiza un estudio de mercado y se agrega un valor, el valor será agregado dependiendo el tipo de mercado y el tipo de consumidor, para todo esto se lleva una gráfica representativa donde se van señalando los valores y esta nunca debe ser decreciente. (p.7)

Entre otros conceptos de oferta se dice que:

Se denomina oferta a un ofrecimiento que se hace, generalmente buscando otra cosa a cambio. Desde el punto de vista económico, la oferta es uno de los elementos que interviene en la formación de los precios de los bienes y servicios, conjuntamente con la demanda. (**Editorial economía , 2014**)

La oferta total de una mercancía es a la que denominamos oferta de mercado todo esto al ser explicada por el comportamiento de un producto individual donde sus ganancias pueden ir aumentando significativamente de acuerdo con su producción en un mercado donde sea requerido, pero también puede ir en declive si es un producto que no tiene la satisfacción que una persona busca en dicho producto esto generaría pérdidas y un grave problema de producción. (**Quintanilla, 2016**)

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento. Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser

consumidos. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros. **(Aquino y otros, 2008)**

Una vez que se analizó lo que es la oferta y como está estructurada tenemos que analizar los costos de producción ingresos y egresos para tener en cuenta cuanto se invierte y se ganó pues como lo afirma **Quintanilla (2016)** “Las ganancias de una empresa están determinadas por tres factores: los costos de producción, el precio al cual vende su producto y la cantidad de mercancías que logre vender. Para ponerlo en una fórmula sencilla y fácil de retener.”(p.29)

“La oferta es la cantidad de mercancía que los productores tienen y ponen a disposición en un mercado tratando de saciar las necesidades de un consumidor” **(Fisher y Espejo, 2006)**.

1.1.2.1 Análisis de la oferta

Como lo firma **Esparza (s.f.)**, oferta es la cantidad de bienes o servicios que lo productores ponen a disposición del mercado a un precio determinado. El análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. (p.26)

En el estudio de la oferta siempre debemos tener en cuenta los datos más importantes que son:

- Número de productores.
- Localización.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

Al igual que la ley de la demanda, la ley de la oferta demuestra las cantidades que se venderán a un determinado precio. Pero a diferencia de la ley de la demanda, la relación de la oferta muestra una pendiente ascendente. Esto significa que cuanto más alto es el precio, más alta es la cantidad suministrada. Los productores suministran más a un precio más alto porque al vender una cantidad más alta a un precio más alto se incrementan los ingresos. (Mae, 2022)

La oferta es un término económico que hace referencia a la acción de ofrecer a la venta un producto o servicio en un determinado mercado, el cual, se ve afecta por diferentes factores en el mercado, siendo junto a la demanda elementos objetos a estudio en cualquier economía, tanto en una economía de libre mercado como en la economía planificada. **Riquelme (2022)**

1.1.2.2 Tipos de oferta

Dependiendo la variación del mercado podemos identificar varios tipos de oferta como:

- Oferta competitiva: Es aquella que existe en los mercados de libre competencia, en la cual los productores se encuentran en circunstancias de cierta libertad competitiva debido a la diversidad de productores de un mismo bien, donde la diferenciación estará determinada por la calidad, el precio y la atención, sin que un productor en especial domine el mercado. **Riquelme (2022)**
- Oferta oligopólica: El mercado está dominado por unos pocos productores y son ellos quienes determinan la oferta, el precio y usualmente acaparan cantidad de insumos para su producción. **Riquelme (2022)**
- Oferta monopólica: El mercado está dominado por un único productor y es este quien impone el precio, la calidad y la cantidad. **Riquelme (2022)**

Para finalizar vale la pena mencionar que estas características del mercado, de la oferta y la demanda suelen variar en situaciones de crisis económicas, donde ambas se ven

influenciadas por la capacidad adquisitiva de la población, la escasez de insumos y elevados índices de importación. **Riquelme (2022)**

La oferta como definición en la economía se separa por diferentes tipos que se especializan en uno u otro punto en la venta aquí lo que haremos será verlas y definir las un poco a cada una para que se tenga conciencia de cuáles son y cómo se usan en el mercado. **Lluch (2019)**

En primer lugar, tenemos la oferta que se especializa en la competencia o en el mercado libre. Esto se refiere a que el productor está ofreciendo un producto al mercado que tiene una o más competencias en el ámbito. Esto quiere decir que el producto en cuestión no goza de ser algo único o nuevo, en esta clase de ofertas las ventas se determinan por valor del producto y por calidad de este, nada más. **Lluch (2019)**

Luego existe la oferta oligopólica, con este nombre súper pomposo nos referimos a cuando solo uno o dos productores tienen el control total de un determinado producto y servicio, o sea que no hay mucha más competencia en el mercado más que esa oferta. Además, por ser un producto raro se tiene la monopolización de materiales y todo lo que se relaciona con el producto en cuestión. Sale de más decir que aparte de avariciosa es un tipo de oferta bastante riesgosa y complicada de lograr. **Lluch (2019)**

Y, por último, pero no menos importante la oferta monopólica. Muy parecida a la definición anterior pero aquí solamente es UNA persona o productor el que tiene el control total de la venta de un determinado producto en el mercado. **Lluch (2019)**

1.1.2.3 La elasticidad de la oferta

Buscando autores que definan lo que es la elasticidad de la oferta, tenemos:

La curva de oferta de la empresa es por tanto un tramo de su curva de costes marginales, el tramo en el que los precios son superiores al del punto de cierre. Al igual que hicimos

con la demanda debemos también considerar la elasticidad de la oferta, su sensibilidad ante las variaciones en el precio. (Martínez , s.f.)

Para entender de mejor manera la elasticidad de la oferta analizaremos de la siguiente manera:

La oferta del Gráfico 1 es muy elástica: una pequeña bajada de precios (de P1 a P2) provoca una gran disminución en la cantidad ofrecida (de Q1 a Q2).

La oferta del Gráfico 2, en cambio, es muy inelástica: grandes variaciones de precio (de P1 a P2, por ejemplo) provocarán pequeñas variaciones en la cantidad ofrecida (de Q1 a Q2), como se lo puede observar en (figura1). (Martínez , s.f.)

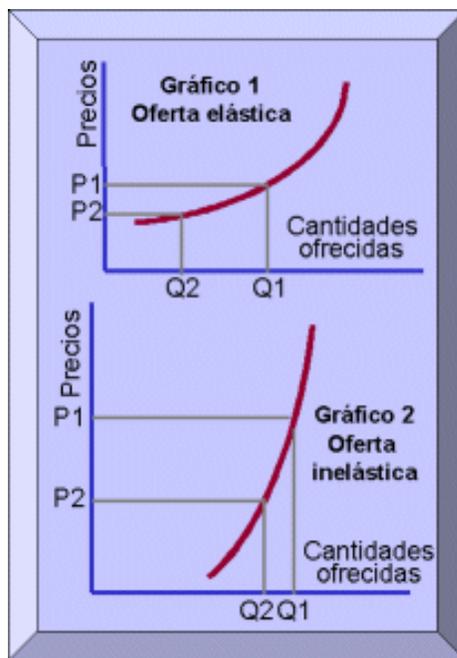


Figura 1 Curvas de oferta de dos empresas

Fuente: (Martínez , s.f.)

1.1.3 Servicios turísticos

Para la Organización de Estados Americanos [OEA] (1980) los servicios turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turístico.

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc. (OEA, 1980)

Normalmente el servicio es ofrecido por todos los funcionarios o empleados de una Empresa (de servicios o no), donde el cliente paga una suma de dinero que permite o “autoriza” al cliente a exigir el cumplimiento del servicio ofrecido, calidad en la prestación de este, o, del producto adquirido. (Perini, 2020)

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores. (Ramírez, 2017)

El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero. (Ramírez, 2017)

1.1.3.1 Tipos de Servicios

Los servicios turísticos se pueden dividir en tres grandes grupos de servicios: hospedaje, alimentación y transporte, además del servicio de las agencias de viajes que pueden ayudar a los viajeros a organizar y contratar todos o sólo algunos de esos servicios. **Linares (2016)**

- Alojamiento:

Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios. Es una expectativa que insta y produce agrado, esta va de la mano con la tentación. Es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (rutas, aeropuertos, señalización, etc.). **(Ramírez, 2017)**

- Atracciones:

Conjunto de servicios no incluidos en la actividad principal que brinda el alojamiento turístico. Son empresas de servicios turísticos complementarios los Centros recreativos turísticos. Parques temáticos y aquéllas dedicadas a proporcionar, mediante precio, actividades y servicios para el esparcimiento y recreo de sus clientes, de tipo deportivo, medioambiental, cultural, recreativas o de salud y que reglamentariamente se clasifiquen como tales. **(Ramírez, 2017)**

Los centros recreativos turísticos se configuran como áreas de gran extensión en las cuales se ubican de forma integral las actividades propias de los parques temáticos de atracciones de carácter recreativo o cultural y usos complementarios deportivos, comerciales, hoteleros y residenciales, con sus servicios correspondientes. **(Ramírez, 2017)**

- Servicios Complementarios:

Los servicios complementarios son aquellos que como su nombre lo indica, complementan las necesidades del turista en cualquier área o zona turística. **(Ramírez, 2017)**

Algunas de los servicios complementarios son:

- Las Agencias de viajes
- Los Rent car
- Guided visits
- Puntos de información turística
- Servicio de comunicaciones
- Restaurantes

Un restaurante es un comercio en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. **(Ramírez, 2017)**

- Generalidades

Una agencia de viajes es una empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores de viajes (aerolíneas, hoteles, cruceros...), con el objeto de venderles productos y servicios relacionados con esos viajes a unos precios y con unas condiciones especialmente atractivas en relación con las que se podrían conseguir de dirigirse directamente a esos proveedores. **(Ramírez, 2017)**

La importancia de los servicios turísticos se enfoca principalmente en la economía del país, gracias a los atractivos que poseemos. La empresa es la unidad económica de producción, la cual tiene como objetivo primordial crear la utilidad de los bienes, es decir, hacer que los bienes produzcan y sirvan a los fines del hombre. **Ramírez (2017)**

Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. **(Ramírez, 2017)**

Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- Empresas de transporte turístico terrestre
- Empresas de transporte turístico
- Empresas de alojamiento
- Agencias de Turismo
- Empresas turísticas de alimentación.

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una ellas. La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista. **(Ramírez, 2017)**

1.1.4 Productos turísticos

Como lo afirma **Reali (2022)**, “el producto turístico se define como el conjunto total de elementos tangibles e intangibles funcionalmente interdependientes que permiten al turista satisfacer sus necesidades y expectativas”.

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un

producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. **UNWTO (2004)**

Un producto turístico siempre deberá estar adaptado a las motivaciones y preferencias de los clientes, debido a que, en casi el 100 % de los casos, el servicio no se consume inmediatamente, sino cuando estos llegan al destino y constatan y empiezan a vivenciar lo que han pagado. **Ostela (2022)**

1.1.4.1 ¿Cómo se clasifica los productos turísticos?

Una de las dos principales razones por las que un producto turístico ve la luz es para cubrir las necesidades de los viajeros y la otra, para generar beneficios económicos. Los resultados de este binomio serán positivos solo si se tiene claro a qué clase de público estará enfocado dicho producto. **Ostela (2022)**

Por eso, es relevante conocer cuáles son los tipos de productos turísticos, que se clasifican en dos:

- Producto turístico integral: Es aquel que está conformado tanto por componentes del sector público como privado. Esto significa que no solo ha sido diseñado con atractivos o actividades propias (de un hotel o agencia, si fuera el caso), sino con todo lo que engloba el destino: infraestructura, transporte, equipamiento y servicios de la ciudad, etc. **Ostela (2022)**
- Producto turístico empresarial: A diferencia del anterior, el producto turístico empresarial ha sido elaborado por una organización determinada (arriba ya aportamos el ejemplo de un establecimiento hotelero o una agencia de viajes). Aquí, los ‘artículos’ ofrecidos son paquetes vacacionales para hacer turismo espiritual, visitas guiadas a los museos más antiguos, entre otros. **Ostela (2022)**

1.1.4.2 ¿Cómo se conforma el producto turístico?

Un viajero elige un producto turístico de acuerdo con los siguientes cinco elementos:

- Recursos turísticos del destino; cómo puede sacarle provecho a sus días en el sitio.
- Suministros y servicios turísticos; qué tan preparado está el destino para recibir turistas.
- Accesibilidad al lugar de destino; que incluye puntos como el transporte y la infraestructura de la ciudad.
- Imagen del país anfitrión; la buena reputación de la zona y sus atracciones tiene que contrastar con la promesa de venta de sus plataformas de promoción o las recomendaciones de otros usuarios.
- Valor del producto; es el precio que el consumidor pagará por el conjunto de servicios que le han sido ofrecidos.

1.1.4.3 Medios y condiciones para participar en la actividad principal del viaje

Todo aquello relacionado con lo que se le ofrece al turista para disfrutar de lo que desea para su viaje. Elementos tanto en el destino del viaje como en el transporte de este: por ejemplo, los cruceros, barcos o trenes de lujo. **Reali (2022)**

También entran en juego en esta categoría, las condiciones naturales, culturales, las personas, condiciones socioeconómicas del destino, eventos, instalaciones, equipos, bienes y servicios relacionados con la actividad principal. **Reali (2022)**

1.1.4.4 Funciones básicas de un producto turístico

Teniendo en cuenta que la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente es un factor clave en la creación de un producto turístico, debemos de girar la mirada, en primer lugar, hacia las funciones que debe desempeñar dicho producto turístico. **Reali (2022)**

Así pues, es posible enumerar 6 funciones prioritarias a resolver para comenzar a esbozar nuestro proyecto de producto turístico:

- Permite al turista participar en la actividad principal del viaje.
- Además de ser partícipe de la actividad principal, facilita vivir la experiencia total del viaje como el turista quiere.
- Facilita el transporte hacia y desde el destino, así como dentro del propio destino.
- Favorece la interacción social del turista durante el viaje.
- Ayuda y simplifica la preparación y gestión del viaje.
- Facilita al turista recordar y revivir el viaje, compartir dicho viaje y experiencia con otras personas.

1.1.4.5 Etapas del producto turístico

- Etapa de llevar un producto al mercado: Se requieren los costos de estimular la demanda (anunciar un nuevo servicio). Esta etapa se caracteriza por altos costos, lento crecimiento en los volúmenes de ventas y campañas publicitarias para estimular la demanda inicial. Es en este período del ciclo de vida del producto turístico que hay un gran porcentaje de fallas, y debido a los altos costos de llevar un producto o servicio al mercado, todavía no hay ganancias. **(CEUPE, s.f.)**
- Etapa de crecimiento: una novedad (si tiene demanda en el mercado) satisface los intereses del mercado, lo que se refleja en el crecimiento de las ganancias y las ventas. El crecimiento de las ganancias puede hacer que el mercado sea atractivo para los competidores. Los costos de promoción de ventas de la compañía siguen siendo altos, pero el énfasis aquí está en la motivación para la selección y compra de bienes de una compañía en particular, y no en la motivación del turista para comprar un tour. Debido al aumento en las ventas, los precios de los bienes (servicios) pueden disminuir. **(CEUPE, s.f.)**
- Etapa de madurez: es un producto bien establecido o un servicio conocido en el mercado. Sus tasas de ventas pueden continuar aumentando, pero ya más

lentamente. Luego se igualan gradualmente. Las empresas están tratando de encontrar formas de mantener su cuota de mercado. Las estaciones de esquí son el ejemplo más adecuado de un producto maduro. Después de varios años de aumentar las ventas, el crecimiento de las ventas se está desacelerando gradualmente, los resorts están tratando de mantener su participación en el mercado y diversificar la oferta. **(CEUPE, s.f.)**

- Etapa de saturación: las ventas alcanzan su punto más alto, el producto penetra en el mercado tanto como sea posible. La producción en masa y la provisión de servicios, el uso de nuevas tecnologías ayuda a bajar los precios y hacer que el producto sea el más asequible para todos. **(CEUPE, s.f.)**
- Etapa de declive: Se reduce la demanda del producto, se reducen los costos de publicidad. A medida que la demanda y las ganancias caen, las empresas que no pueden resistir la competencia abandonan el mercado. **(CEUPE, s.f.)**

1.1.5 ¿Qué es la oferta turística?

La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia, por tanto, es relevante analizarla desde el punto de vista de su conceptualización por diferentes autores, elementos que la integran, características, clasificación, proyecciones, así como las tendencias actuales de comportamiento. **Naranjo (2022)**

Siempre que hablemos de una oferta turística debemos tener en cuenta la intervención indispensable del medio ambiente pues es fundamental para que exista un atractivo turístico llamativo acompañados de los prestadores de servicios, individuos de comunidades locales y entes gubernamentales que son los encargados de elaborar y organizar productos y ofertas turísticas.

La oferta turística es un mercado competitivo que consta de un espacio geográfico determinado donde se oferta un producto o atractivo turístico con la finalidad de satisfacer las necesidades del turista, este lugar puede ser público privado, pero siempre tratando brindado un servicio de calidad e innovador. **(Loreley y Gonzales, 2014)**

Se entiende por oferta turística a la elaboración o creación de un servicio o producto que busca satisfacer las necesidades de un turista que desea trasladarse de un punto u otro. La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia, por tanto, es relevante analizarla desde el punto de vista de su conceptualización por diferentes autores, elementos que la integran, características, clasificación, proyecciones, así como las tendencias actuales de comportamiento **(Naranjo y Martínez, 2022)**.

Una vez definidos los conceptos de oferta y turismo podemos decir que:

La oferta turística es un conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio – cultural donde tienen como finalidad el aprovechamiento turístico de lugares atractivos donde los vendedores u ofertantes pueden vender sus productos en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. **(Socateli, 2013) (p.1)**

El turismo es un mercado nacional e internacional que abarca sectores sociales culturales y económicos donde representa el desplazamiento de personas de un punto a otro este sea en su propia nación o fuera de ella, estos desplazamientos también se los puede dar por otras causas como son personales o profesionales causando otro tipo de turismo.

La creación de una oferta turística se da con la finalidad de buscar las necesidades de un turista y crear un producto llamativo donde todo sea una experiencia vivencial sacándolo de su vida cotidiana y haciéndolo participe de varias actividades.

Las entidades que intervienen en una oferta turística son:

- Operadores turísticos: “Son aquellas empresas y organismos que participan en la actividad turística, generalmente en calidad de intermediarios entre el consumidor final.” (Cobacango y otros, 2019)
- Proveedores de servicios turísticos: Son los países, los hoteles y empresas turísticas, las agencias de viaje y los operadores turísticos o tour operadores. Los países desarrollados son los principales proveedores de servicios turísticos, representando los desplazamientos interregionales el principal componente del turismo internacional, debido a la proximidad geográfica y al coste de los desplazamientos (Mafius, 2021).
- Agentes de viajes: Son personas que se encargan en la venta de productos turísticos y la publicidad de promociones existentes.
- Consumidores de productos turísticos: conjunto de actividades que lleva a cabo una persona desde que experimenta la necesidad de viajar hasta el momento en que efectúa la compra y utiliza los distintos servicios turísticos. El estudio de tal comportamiento incluye el análisis de todos los factores, internos y externos, que influyen en las acciones realizadas y en la elección de un producto turístico determinado (Daikokú, 2012).

Buscando autores que definan la oferta turística tenemos:

El producto turístico es un bien complejo que se distingue de los otros productos en virtud que presenta múltiples dimensiones. Es en efecto, una combinación de bienes y servicios que son ofertados por los diferentes sectores tales como el transporte, el hospedaje, el restaurantero, la diversión, los espectáculos, el

deporte, y las empresas de viajes que buscan satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. **(Guzmán y otros, 2012)**

La oferta turística comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. **(GrupoCamaleon, 2018)**

Se deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

- Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.
- Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas.

1.1.6 Turismo

1.1.7 ¿Qué es turismo?

1.1.7.1 Historia del turismo

El concepto de viajar a otros lugares por placer existía en las civilizaciones del Antiguo Egipto, Grecia y Roma, lo que significa que el turismo, como concepto, existe desde hace miles de años. Por supuesto, en los primeros tiempos, los viajes se realizaban principalmente a caballo o en botes, lo que significaba que los viajes de larga distancia eran difíciles. **(Revfine, 2021)**

Al principio de la historia el turismo era una actividad que únicamente lo ejercían los más poderosos y acaudalados de la sociedad, pero conforme pasaban los años esta realidad iría cambiando paulatinamente hasta llegar a lo que hoy en día conocemos por turismo una actividad recreativa que toda persona lo puede ejercer sin importar clase ni estatus social,

pues como la afirma **Revfine (2021)** “Hoy en día, el concepto de turismo está firmemente establecido en muchas culturas. Es común que los países también promuevan esta idea, ya que el turismo significa más visitantes y dinero gastado en negocios locales.”

1.1.7.2 Significado de turismo

Una vez comprendido como surgió el turismo y cómo ha evolucionado hasta la actualidad buscaremos autores que definan que es turismo por lo tanto tenemos que:

Como afirma la Organización Mundial del Turismo [UNWTO] **(2001 - 2006)**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

Otros autores definen al turismo como:

El conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo (**Bormann, 1930**).

Siguiendo a varios autores de turismo siempre llegamos a un punto de conclusión que dicen que el turismo un el desplazamiento de una persona de un punto otro con el fin de realizar diversas actividades de distracción y recreativas como lo afirma **Figuroa (2016)** “Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tantos de los negocios como de las consideraciones profesionales.”

Dicho esto, las personas buscan varias maneras de transporte de un punto a otro mediante los diferentes medios de transporte, y llegando a dicho lugar haciendo uso de sus

instalaciones de hospedaje y alimentación, todo esto con el propósito de buscar un sano esparcimiento, vivir nuevas experiencias y aprender de nuevas costumbres toso esto saliendo de su cotidianidad como menciona **(Figuroa, 2016)**

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista no desplazamiento (p.12).

El sistema turístico es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente en el que establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común, Se ayuda del concepto económico en función del gasto, así como las necesidades físicas y emocionales del turista. Siempre está en transición porque este depende de las necesidades y ambiciones del turista, como se lo puede observar en la figura 2. **(Molina, 1991)**

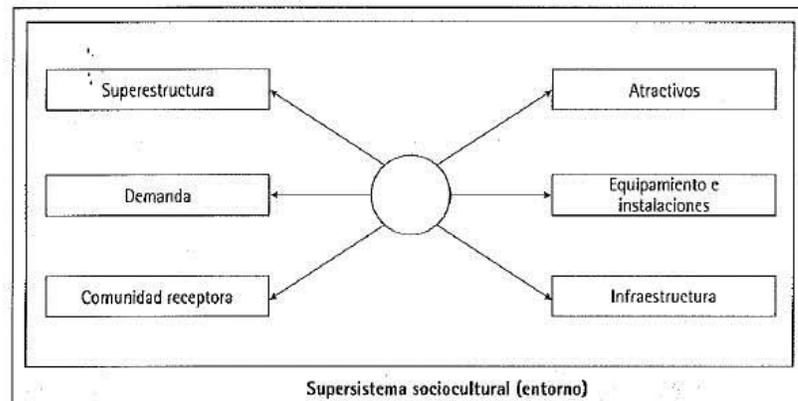


Figura 2: Supersistema sociocultural

Fuente: Molina 1991

1.1.7.3 Diferencia entre viaje y turismo

Si bien muchas de las veces asociamos el termino viajar como hacer turismo estamos en una gran equivocación pues son dos terminologías muy semejantes, pero con gran diferencia de significados como lo menciona la UNWTO (2004) que define el termino viaje como:

Designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes que realizan los visitantes son viajes turísticos.

Otros autores que definen el termino viajar podemos leer que:

Un viaje es el traslado que realizan las personas desde el lugar donde habitan hacia por ejemplo otras ciudades dentro del mismo país o bien hacia otro país, y que puede tener un fin turístico como ser por descanso o vacaciones, para visitar a algún pariente o amigo que se encuentra viviendo en otra ciudad o país, o bien estar motivado por una necesidad de tipo profesional. (ONMIDIA, 2007)

Una vez aclarado la terminología viajar y turismo se puede decir que el viaje es una terminología más amplia donde menciona el traslado o movimiento de personas de un lugar, en dicho movimiento o traslado que realiza una persona lo puede hacer por varios motivos y no precisamente esta podemos decir que es turismo.

Como lo menciona **Revfine (2021)** “El turismo es una forma de viajar, y es justo decir que todos los turistas son también viajeros.” Con una gran variación en sus significados la finalidad del turismo es que una persona se traslade a un lugar con un fin específico, este traslado de personas genera nuevas versiones de turismo como puede ser el turismo por ocio, religioso, cultural, negocios entre otros.

Una vez analizado las definiciones de turismo y viaje según varias autorías sabemos y comprendemos que no es lo mismo, viaje no representa hacer turismo mientras que el turismo si representa un viaje, el viajero es muy espontaneo y no con una organización previa, mientras que el turista realiza un viaje con una organización previa bien estructurada y definido lo que busca y quiere conocer como se lo puede observar en la (figura 3)



Figura 3: Diferencia entre viaje y turismo

Fuente: Valencia (2014)

En otros enunciados podemos leer sobre el viaje y la industria del turismo que afirmas lo siguiente:

El viaje e industrias del turismo están estrechamente relacionados, y generalmente se considera que ambos incluyen alojamiento, transporte y servicios similares. sin embargo, el Industria de viajes tiene un enfoque más amplio. Puede incluir varios servicios que ayudan a las personas a moverse entre dos lugares que no están conectados con el concepto de turismo. **(Revfine, 2021)**

1.1.7.4 Beneficios del turismo

Con la ejecución del turismo se analizará cuáles son los beneficios que pueden tener a corto plazo pues el turismo es el motor económico de un país, comunidad o zona específica, ayuda a mejorar la calidad de vida un cierto sector o comunidad con la creación de empleos ofertas laborales además de ayudar a los emprendimientos locales también pueden tener un proyección cultural a nivel nacional e internacional así ya no serán conocidos dentro de sus zonas, sino que podrán expandirse tanto nacional e internacional, sin dejar de lado el aumento de las fuentes de ingresos esto por la variación de negocios, emprendimientos, locales comerciales, hoteles, transporte y servicios de alimentación que son nuevos generadores de ingresos para una familia y comunidad.

El turismo a largo plazo como se analizó anteriormente genera nuevas fuentes de trabajo esto conllevaría una reducción de pobreza y desarrollo de las zonas turísticas mejorando su calidad de vida, tendrían una identificación propia gracias a su cultura y tradición que lo han venido llevando a lo largo de su historia compartiendo y haciendo participes a los turistas de sus costumbres y tradiciones con la finalidad que los turistas sigan compartiendo las experiencias vividas y fortaleciendo su culturalidad un beneficio muy importante que se da es la reducción de la migración de las personas principal mente de los jóvenes que salen en busca de un mejor futuro pues al generar fuentes de empleo no tendrán la necesidad de migrar en busca de mejor calidad de vida y pueden seguir innovando en la oferta turística y fortaleciendo si crecimiento económico y local.

Como lo menciona docentes investigadores y afirman que:

El turismo es una de las actividades más “democráticas” del sector productivo, debido a que cuando un turista nacional o internacional llega a un destino, existen muchos beneficiarios, tanto del sector – como de los hoteles, restaurantes, aerolíneas, etc. – así como de actores que no pertenecen al medio turístico como artesanos, transportistas, taxistas, vendedores ambulantes, etc. los

cuales, de mayor o menor manera, se benefician económicamente de las actividades que los turistas realizan. **(Garrido, 2020)**

1.1.8 Turismo alternativo

Se da por los cambios en el comportamiento y las necesidades que el turista tiene al momento de realizar o planificar un viaje

El Turismo Alternativo son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. **(Ecoturismo y Aventura, 2022)**

Este nuevo turismo alternativo busca un nuevo enfoque filosófico que favorezca el encuentro con la población de acogida. Un reencuentro del hombre con la naturaleza y reconocimiento al valor de la interacción con la cultura rural. Existen muchos posibles enfoques alternativos que permiten salir del modelo dominante de turismo masivo. **(Ecoturismo y Aventura, 2022)**

Más allá de las cuestiones económicas, también debemos considerar las dimensiones sociales y culturales. La relación con el medio ambiente, la participación de las comunidades de acogida y desarrollar estrategias de turismo sostenible con beneficios económicos más importantes para el país o comunidad de acogida. **(Ecoturismo y Aventura , 2022)**

Como lo afirma **Boullón (2008)** "El Turismo Alternativo es una "Modalidad que incluye al turismo rural, ecoturismo, turismo deportivo y turismo de aventura. El factor común a todas estas formas es proponer un contacto directo con la naturaleza y una participación."

El turismo alternativo se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. El turismo alternativo cubre una gama extensa de actividades, pero en términos más generales se le define como “formas de turismo congruentes con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permiten tanto a anfitriones como visitantes disfrutar un interacción positiva y muy apreciable y una experiencia compartida. **(Neil y Stephen, 1993)**

La creación de los servicios y productos turísticos en la actividad turística moderna, tanto alternativos como convencionales, parten de los mismos principios y factores. Es decir, las motivaciones y necesidades del turista deben considerarse como punto de partida para, entonces, proveer los satisfactores que las atiendan con pertinencia y calidad. Para ello, es preciso identificarlas, entenderlas y, por supuesto, atenderlas. Por otro lado, las tendencias en la actividad a nivel mundial resaltan la necesidad de una gestión dinámica de los prestadores de servicios, las cuales permitan alcanzar nuevos objetivos. **(Zamora, 2007)**

Estos tres objetivos principales son:

- La aparición de nuevas satisfacciones que atender.
- El diseño de nuevos servicios y productos de turismo y ocio.
- La reformulación de la gestión de la empresa turística.

El primer punto hace referencia al cada vez mayor grado de satisfacción que el turista busca en la elección de sus actividades de ocio en el tiempo libre; es decir, el pleno goce de ese tiempo personal mediante actividades activas o pasivas, intensas o de relajamiento, especializadas o genéricas, según sus propios requerimientos y gustos. Por lo tanto, el prestador de servicios debe saber mejor quién es su cliente y cuáles son sus gustos y expectativas. **(Zamora, 2007)**

El segundo punto destaca la importancia de crear ese viaje a la medida del cliente, perfectamente estructurado y planificado con detalle, teniendo como punto de partida las nuevas satisfacciones que hay que atender. **(Zamora, 2007)**

El tercer punto resalta la premisa de que lo único permanente es el cambio y que de no adaptarse a él se corre el riesgo de quedar fuera de la competencia. **(Zamora, 2007)**

1.1.8.1 Clasificación y actividades del turismo alternativo

Los conceptos y definiciones que anteriormente se han vertido relacionado a la forma de interacción del viajero con su destino y las actividades que realiza nos pueden dar pie a hacer una segmentación del turismo alternativo. Cada uno de ellos compuesto por diversas actividades donde se puede requerir de algunas técnicas, equipamiento, o guías especializados para su realización. **(Ecoturismo y Aventura, 2022)**

Segmentación del Turismo Alternativo:

- 1. Ecoturismo:** Es el turismo alternativo donde los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma, cuidando su conservación y connotaciones culturales. **(Ecoturismo y Aventura, 2022)**
- 2. Turismo de Aventura:** Actividad turística donde los viajes tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos que son presentados por la naturaleza y puedes aventurarte a explorar más allá de lo tradicional donde tus propias limitaciones pueden ser tú límite. **(Ecoturismo y Aventura, 2022)**
- 3. Turismo Rural:** Aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. **(Ecoturismo y Aventura, 2022)**

Como menciona la Secretaría de Turismo Federal [SECTUR] (2004) Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer,

respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Modalidad del turismo que tiene como fin la realización de viajes que permitan al turista participar en actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas respetando el patrimonio cultural, e histórico de la nación y el Estado. (Ley de Turismo del Estado de Oaxaca, 2005)

1.1.8.2 ¿Cuáles son las principales características del turismo alternativo?

El turismo alternativo nace como una opción para atraer a aquellos aventureros que buscan ir más allá de los viajes tradicionales, es decir, para cautivar a ese turista que se inclina por tener un contacto directo con la naturaleza, que busca un intercambio cultural que lo lleve a estrechar lazos de amistad y a ese individuo que está dispuesto a aprender y a colaborar con iniciativas relacionadas con la reducción del impacto negativo que, en ocasiones, el hombre ocasiona al medio ambiente. Ostela (2022)

1.1.9 Turismo rural

El turismo rural se origina por el auge de lo auténtico, de lo propio y lo natural, ha generado grandes corrientes turísticas representadas por viajeros que se desplazan seducidos por la necesidad de vivir esa ruralidad, que pocas veces puede experimentarse en el entorno urbano.

Es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. UNWTO (2004)

El turismo rural constituye, un aspecto de la búsqueda de una nueva comunicación entre el hombre y su entorno natural y sociocultural, que permite un mayor entendimiento y solidaridad entre el medio rural y urbano, en orden a superar la crisis de valores de la sociedad urbana e industrial. **Bote Gómez (1990)**

El concepto de lo rural o lo urbano varía de acuerdo con el ordenamiento territorial de cada país, ya que como el caso de los países de la Unión Europea lo rural se define de acuerdo con ciertos criterios como planificación, dispersión demográfica y población. En el caso de Bolivia, lo rural y lo urbano se encuentra bien delimitado y esto ayuda a definir al turismo rural como una actividad propia del campo. **Ríos, (2014)**

1.1.9.1 Turismo y agricultura

La conexión lógica entre turismo y agricultura es una estrategia que permite fortalecer el campo en Santander, lo que representa una necesidad dada la importancia y preocupación que estos dos sectores parecen tener en la agenda pública del gobierno departamental. Se trata de un turismo rural, agroalimentario o gastronómico, que sea sustentado e impulsado por las mismas comunidades campesinas, donde sean ellas las que se apropien de los excedentes generados por esta actividad. **(Castellón y otros, 2022)**

Las tres razones principales por las que no resulta difícil compaginar tareas de la explotación agrícola con las turísticas son las siguientes:

a) Los factores del tamaño y del sistema o del tipo de la explotación agrícola determinan la realización de las diferentes tareas. **Sparrer (2003)**

b) La marcada estacionalidad es otro factor que hace compatible ambas actividades económicas, pues las tareas agrícolas no se efectúan en la temporada alta del turismo. La fuerte estacionalidad, es decir la concentración de la demanda turística en unas pocas semanas del verano se presenta en este caso como una ventaja, aunque esta dependencia

advierte que ambas actividades se asimilan a la economía de autoabastecimiento, debido a una comercialización deficiente. **Sparrer (2003)**

c) Además se dividen las tareas principales de los diferentes ámbitos entre los miembros de la unidad familiar o entre los propietarios y sus empleados. Así cada persona está especializada en una tarea determinada. **Sparrer (2003)**

1.1.9.2 El concepto de identidad del turismo rural.

Resulta importante definir los aspectos que conforman la identidad del turismo rural, ya que mucho podemos hablar sobre conceptos, pero en qué se origina su esencia, realiza una metáfora e indica que el turismo rural viene a ser un edificio que cuenta con 4 piedras angulares. **Grolleau (1998)**

Pues bien, la primera piedra angular lo conforma su carácter local, controlado por la gente de la comunidad anfitriona que comparte con el visitante. Esta localidad hace que este tipo de turismo sea auténtico, difícilmente imitable en otro medio ya que es único en el ámbito donde se produce. **Ríos (2014)**

La segunda piedra angular la define con el término de “ruralización del flujo turístico”, indica que el turista puede realizar una diversidad de actividades en el espacio rural, es decir que existe un contacto directo entre el turista, el poblador y el patrimonio. El consumidor se encontrará en un medio distinto al suyo donde podrá convivir con otra cultura lo que provocará una serie de vivencias, emociones y distracciones. **Ríos (2014)**

La tercera piedra proviene del sector empresarial en el ámbito rural, que principalmente se halla compuesto por empresas pequeñas y medianas. El sector empresarial al que hace referencia viene representado por la misma comunidad en muchos casos de forma asociativa ofertan servicios de hospedaje, alimentación, recreación y servicios complementarios, todos ellos basados en la autenticidad. Este factor es totalmente diferenciador de otros tipos de turismo, debido a que el turismo por así decirlo urbano se

encuentra suministrado principalmente por grandes empresas con capitales muy fuertes.

Grolleau (1998)

Finalmente, la cuarta piedra la conforma la relación que se genera entre turismo y sostenibilidad, se debe buscar el equilibrio entre la generación de recursos económicos y la sostenibilidad de los recursos turísticos. Es así como el tema de sostenibilidad es en la actualidad un punto que siempre acompaña al turismo, ya que de esta forma tomamos conciencia que se deben conservar, preservar y valorar los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras. **Solsona Monsonis (1999)**

Turismo y agricultura es una unión que podría dar importantes resultados dentro de una propuesta integral, donde se resalte el papel que cada actor aporta al proceso y cómo ambos contribuyen a un turismo rural sostenible. Así, trabajar esta propuesta en Santander desde una concepción de un turismo rural, comunitario, gastronómico o agroalimentario que se enfoque en un nuevo concepto de gastronomía, abriría la posibilidad de sustentar la factibilidad y coherencia de esta unión teniendo en cuenta los diversos actores involucrados en dichos procesos. **(Castellón y otros, 2022)**

Alrededor del mundo, las comunidades humanas poseen un papel central en la conformación de la diversidad ecológica y sus funciones asociadas. Conjuntamente, la biodiversidad ha contribuido de distintas maneras al desarrollo económico y cultural de la sociedad. La humanidad ha influido -de manera positiva y negativa- en la naturaleza, y el turismo es un ejemplo claro de la multitud de usos y funciones que se da a los recursos naturales, tanto silvestres como cultivados, que han sido combinados en diversos ambientes -terrestres y acuáticos- para la creación de servicios capaces de diferenciar la oferta de México y otros países. **(Velázquez Castro, 2020)**

Mercados tradicionales; actividades alimentarias. ayudar en la recolección y preparación de los alimentos; actividades agrícolas; trilla, arado, trasquila de ovejas, recolectar huevos; zonas de alimentación y cuidado de animales; paseo en carreta o a caballo; alojamiento y comida. vacaciones en la granja.; venta de productos agrícolas de especialidad: vino, sidra,

flores, hierbas medicinales; fiestas estacionales: primavera, cosecha de otoño, etc.; danzas autóctonas; organización de festejos. como cumpleaños, bodas, reuniones familiares; fotografía/pintura; visitas escolares y campamentos de verano; interpretación histórica; observación de vida silvestre (aves, ciervos, etc.); espectáculos teatrales o de títeres y eventos musicales; eventos de caridad comunitaria; y proyección de películas al aire libre. (Velázquez Castro, 2020)

Para poder clasificar y comprender de mejor modo las actividades anteriores, se proponen tres grandes temas: atracciones fijas, eventos y servicios como se lo puede observar en la figura 4.



Atracciones fijas	• Granjas históricas, granjas vivas, museos, alimentos, instalaciones de procesamiento y áreas naturales.
Eventos	• Basados en un tema agrícola como conferencias, rodeos, ferias agrícolas y festivales de alimentos.
Servicios	• Tales como alojamiento, alimentación, tours, venta minorista de productos agrícolas y actividades como pesca, senderismo, etc.

Figura 4 Clasificación de actividades agrícolas. Elaboración con base en el Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales de Ontario

Fuente: (OMAFRA, 2011)

La multifuncionalidad de la agricultura no sólo consiste en potenciar el turismo rural, la artesanía local o la belleza de los paisajes, sino que además se necesita presupuesto para luchar contra la pobreza rural y dotar el campo de infraestructuras, equipos y servicios públicos (sobre todo educativos y sanitarios), fomentar el empleo rural, intentar acortar la brecha tecnológica que separa a las grandes y pequeñas empresas agropecuarias, evitar la pérdida de recursos en el medio rural, descontaminar el agua, la tierra y el aire, optar por el fomento de una agricultura sustentable y respetuosa con el entorno y diversificar en la

medida de lo posible unas exportaciones excesivamente concentradas en las materias primas y productos básicos e indiferenciados, que se sustentan en la explotación indiscriminada de los recursos naturales, como sucede en la mayoría de los países de América Latina. **Segrelles (2017)**

1.1.10 Agroturismo

Riveros y Blanco (2003) menciona: “también conocido como agroecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos”. (p. 11)

También conocido como turismo rural es una nueva alternativa de turismo donde se busca involucrar a los turistas o visitantes con las prácticas agrícolas y que puedan experimentar una nueva experiencia fuera de su cotidianidad esto acompañado de otras prácticas como puede ser el alojamiento en viviendas rurales donde compartirán costumbres y pueden aprender a realizar actividades campestres.

El agroturismo es una nueva modalidad de enfoque turístico donde se debe tener una buena coordinación y lógica del espacio agrario y el turismo con la finalidad de hacer placentera la estancia y vista del turista para que llenen sus expectativas, esta es una de las nuevas modalidades que más está resaltando en el ámbito turístico. **(Araujo & Carill, 2012)**

En el cantón Patate mejor conocido como el “Valle de la eterna primavera” se encuentra una granja agroecológica de recreación y turística “Duraznos Don Panchito” donde su principal atracción es la cosecha directa de duraznos de sus coloridos huertos frutales, además se puede disfrutar de bellos paisajes naturales como la cascada de Mundug, lo que permite que las personas conozcan y visiten los huertos de duraznos y la oportunidad de cosechar con sus propias manos los frutos y a su gusto y elección. **(Duraznos "Don Panchito", 2022)**

En el cantón Baños “Pedacito de cielo” se ubica un sitio turístico, Animal Park es otro lugar de atracción y agroturismo, donde podemos encontrar una gran variedad de especies animales como vacas, ovejas, llamas, alpacas, cisnes, venados entre otros es un lugar de esparcimiento donde se puede interactuar y vivir una experiencia única e inolvidable además se puede realizar prácticas campestres. **(Naranjo, 2021)**

El Agroturismo. (Se asume el término Agroturismo desde la perspectiva que en el mismo se incluyen el accionar del medio rural, lo agrario y lo agrícola) es una forma de Turismo Alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios por los que se cobra. Este surge y se vincula a la propia actividad agraria, donde el organizador de la actividad es el propio agricultor y resultan abarcadoras la heterogeneidad y la complejidad del mundo real, sus características medioambientales específicas, proyectos, actores sociales y el acceso a los recursos del campo. Se trata entonces de que los actores implicados pongan en valor las prácticas culturales, reconociendo cada actividad económica y cultural como parte de la forma de vida de una determinada comunidad. **(Osorio, 2015)**

El Turismo Agrario como una modalidad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, alimentación y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. Este ha sido considerado en los últimos años como una estrategia para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos a los productores agropecuarios y por la posibilidad de vincular a los turistas con las propias tradiciones del lugar en un intento de presentar los valores relacionados con la agricultura que se convierten en elementos patrimoniales de interés turístico. **(Barrera, 2006)**

El Agroturismo aporta una visión verdaderamente sostenible cuando acepta la participación equitativa de la población en los beneficios económicos que aporta e integra

lo agrario como una pieza dentro de la estrategia global de desarrollo sostenible, desde el tratamiento de diversas prácticas agroecológicas contribuyendo desde la cultura del campo a un mejor crecimiento económico y a una protección más especializada del medio ambiente como factor más valorado por los visitantes. **(Rodríguez, 2001)**

En esta modalidad turística, el propio agricultor realiza la actividad a la vez que la orienta, estabiliza la fuerza de trabajo familiar cuando evita que los miembros de la familia trabajen fuera de la plantación. Su esencia se basa en las formas de siembra, atenciones culturales, cosecha y actividades postcosecha, almacenamiento, conservación y elaboración de productos agropecuarios propios de la finca. En este espacio se aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer paseos en medios de transporte rural como las carretas tiradas por bueyes y carretones tirados por caballos, paseos a caballo por los alrededores de la finca y visitas que resulten de interés para un cierto segmento de turistas, por ejemplo, el procesamiento del café, procesamiento del cacao, degustación de los productos y venta de productos frescos y procesados en las fincas. **(Rodríguez, 2001)**

La actividad del agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios pequeños agro procesadores. **(Blazares, 2017)**

Los motivos de agroturismo se derivan por el deseo de cambio de las cargas, estrés o tensión debido a la inactividad física urbana y estilos de vida modernos, hacia la búsqueda de la intimidad y el descanso en el seno de la naturaleza, la negación de las limitaciones sociales, la comunión con la naturaleza en la vida cotidiana, el uso de productos orgánicos en la alimentación, el vestido, la cosmética, etc. Los principales componentes de la oferta del agroturismo se muestran en la figura 5. **(Blazares, 2017)**



Figura 5 Oferta del agroturismo

Fuente: (Blazares, 2017)

1.1.10.1 El Agroturismo en el Proceso Contemporáneo:

Los turistas de hoy en día que buscan una manera diferente de hacer turismo, pero a la vez que cumplan con ciertos criterios de calidad, los cuales deben satisfacer la necesidad, expectativa, exigencias y experiencias de estos, se hace más difícil encontrar un lineamiento para cumplir con dichos requerimientos, pero no difícil. Es así como se propone un modelo de gestión que tiene como base conceptos de sostenibilidad e inclusión social. En este caso hablamos del sistema FLOSS, el cual demuestra que sí puede imaginar un agroturismo amigable con la naturaleza y la sociedad, por lo tanto, se descifra de la siguiente manera, como se lo puede observar en la figura 6. **(Blazares, 2017)**

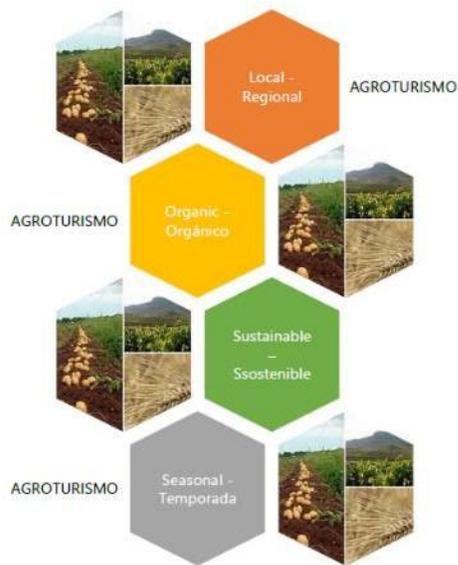


Figura 6 Sistema FLOSS
Fuente: (Brazales, 2017)

1.1.11 La oferta turística del cantón Tisaleo

Las guitarras con las que los galanes dan serenatas a sus amadas seguramente han sido elaboradas en este cantón, que tienen entre sus hijos a hábiles artesanos que con paciencia les dan forma. Zaid y Don Wilson, son 2 talleres especializados en guitarras profesionales y de juguete. **(Vive tungurahua , 2022)**

El cuy y la fritada son los platos típicos del cantón, las Fritadas de Mamá Fanny son ampliamente reconocidas entre los apasionados por la comida típica de la Sierra del Ecuador. **(Vive tungurahua , 2022)**

Tisaleo era considerado Tierra de ebanistas y Tierra del calzado, ya que fueron los íconos fuertes de la economía del cantón. En los años 80 se produce un éxodo de tisaleños hacia la costa y a la capital ecuatoriana, los cuales llevaron consigo sus artesanías propias del cantón (guitarras y zapatos), con la visión de abrir nuevos mercados. Cada 6 de enero los tisaleños vuelven en esa fecha que reúne a ciudadanos que se fueron y regresan para recordar sus raíces. **(Vive tungurahua , 2022)**

En la actualidad Tisaleo vive del cultivo de mora y fresa en su mayoría con diferentes variedades. A raíz de la erupción del volcán Tungurahua, la tierra es más fértil haciendo que sus productos agrícolas tengan una mayor concentración de azúcares, mejorando así la calidad, color, sabor y tamaño. El pasto también es de mayor calidad, por lo tanto, su producción láctea es de sobresaliente. Tisaleo es una tierra de diversidad en su producción agrícola y pecuaria. **(Vive tungurahua , 2022)**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general:

Investigar la importancia del agroturismo como parte de la oferta turística en el cantón Tisaleo.

1.2.2 Objetivos específicos:

- ✓ Describir la oferta turística del cantón Tisaleo.

El cantón Tisaleo también conocido como el “Alegre paraíso cultural” pues es un lugar lleno de paisajes andinos y gran diversidad ecológica con un potencial turístico donde destacan, las famosas guitarras profesionales que son elaboradas por Don Wilson, festividades ancestrales como el Inga Palla que se lo realiza en honor a Santa Lucía, su gastronomía típica como es la fritada, el cuy, senderos naturales como es Puñalica que es el más visitado por turistas nacionales y extranjeros.

- ✓ Caracterizar el agroturismo en el cantón Tisaleo.

El agroturismo en el cantón Tisaleo representa una alternativa para mejorar la economía campesina y al mismo tiempo brindar un servicio turístico, donde se busca involucrar a los turistas en las actividades campestres diarias con la finalidad de crear nuevas experiencias y vivencias al turista siendo participe de cultivos agrícola como la mora, fresa y frutales al igual que la práctica pecuaria como sería cuyes, conejos y ganado porcino y bobino.

- ✓ Plantear una propuesta para la difusión del agroturismo en el cantón Tisaleo.

Se planteó crear una fanpage donde semanalmente se irá subiendo contenido de las actividades agrícolas y pecuarias que los socios de la Asociación San Luis de Tisaleo

realizan, con el fin de incentivar a los turistas a visitar las granjas agrícolas donde ellos puedan ser partícipes directos de las actividades agrarias y así sumen nuevas experiencias de vida y siempre tengas cosas nuevas que contar de sus viajes.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

Con base a la información obtenida en los antecedentes investigativos, se define la siguiente metodología:

2.1 Materiales

Tabla 1 Recursos utilizados durante la investigación

RECURSOS	DETALLES	VALOR
Institucionales	Tutor de tesis	1
	Tutoría	1
	Repositorio virtual FCHE	1
Tecnológicos	Computadora	\$500,00
	Dispositivo móvil	\$205,00
	Internet	\$ 40,00
	Impresora	\$ 50,00
Materiales	Cuaderno	\$ 1,50
	Esfero	\$ 0,80
	Lápiz	\$ 0,40
	Hojas papel bond	\$ 1,00
Económicos	Alimentación	\$100,00
	Transporte	\$ 35,00
	Impresiones	\$ 15,00
Humanos	Estudiante	1
	Tutor de tesis	1
TOTAL		\$953,70

Elaborado por el autor

2.2 Métodos

2.2.1 Enfoque

Para el siguiente trabajo investigativo se aborda un enfoque cuantitativo deductivo donde cada etapa antecede a la siguiente y por lo tanto no se puede pasar por alto ninguna de ella, con la recolección de datos se obtendrá las hipótesis y se podrá aprobar o rechazar las mismas generadas por las variables de estudio se presentará los resultados a través de datos estadísticos. En esta investigación deductiva se analizará e identificará, que tanto se puede dinamizar la oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo. **(Sanfeliciano, 2022)**

2.2.2 Diseño

El nivel de investigación es del grado, profundidad con que se aborda un fenómeno o un objeto de estudio. Aquella investigación que está orientada a recolectar información referente al estado real de las personas, objetos, situaciones o fenómenos tal como se presentaron al momento de la recolección con el fin de saber cómo abordar el problema de investigación. **(Colegio de Administración de Empresas, 2018)**

Esta investigación es, no experimental – transversal o transeccional, es el tipo de investigación que carece de una variable independiente. En cambio, el investigador observa el contexto en el que se desarrolla el fenómeno y lo analiza para obtener información. **(Velázquez, 2023)**

A diferencia de la investigación experimental, donde las variables se mantienen constantes, la investigación no experimental se realiza cuando, durante el estudio, el investigador no puede controlar, manipular o alterar a los sujetos sino que se basa en la interpretación o las observaciones para llegar a una conclusión. Esto significa que el

método no debe basarse en correlaciones, encuestas o estudios de caso, y no puede demostrar una verdadera relación de causa y efecto. **(Velázquez, 2023)**

La oferta turística y el Agroturismo en el cantón Tisaleo son las variables de estudio que será nuestra problemática a la cual gracias a la información que se obtendrá mediante entrevistas, encuestas realizadas, los diferentes métodos de información que obtendremos nos ayudará a solucionar el problema y se buscará alternativas para promocionar el agroturismo y potencializar el turismo en el cantón Tisaleo y crear nuevas ofertas turísticas. **(Web del maestro, 2015 - 2022)**

2.2.3 Alcance

2.2.3.1 Alcance investigativo

Descriptivo: Con este análisis buscamos identificar las características del lugar de estudio, los perfiles de los agricultores y turistas, la comunidad, cuáles es su forma de vida, con la finalidad de establecer su estructura o comportamiento y poder dar una solución a la problemática presente con un trabajo conjunto. **(McGraw, 2021)**

2.2.3.2 Alcance territorial

El cantón Tisaleo limita al norte y occidente con el cantón Ambato, y al sur y oriente con Mocha y Cevallos. Por la reciente creación de esta jurisdicción, no se observa un gran desarrollo como unidad administrativa ni en los diferentes elementos de desarrollo. Su territorio está dividido en dos parroquias, la parroquia central o cabecera cantonal que lleva el nombre del cantón y Quinchicoto que se encuentra como un asentamiento humano nucleado en el extremo sureste del territorio, con la finalidad potencializar la activación turística del cantón Tisaleo se buscará promover el agroturismo y la oferta turista del cantón para lo cual se realizar un estudio de campo para determinar. **(Freire, 2022)**

2.2.5 Población y muestra

Según el lugar campo (se observa el fenómeno en su ambiente natural):

Se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios. Muestra es una parte o subconjunto de elementos que se seleccionan previamente de una población para realizar un estudio. **(Lugo, 2018)**

El Cantón Tisaleo, también conocida como San Miguel de Tisaleo, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal con la provincia de Tungurahua. Donde la población de estudio es la Asociación “San Luis de Tisaleo” con 56 granjas visitadas donde mediante la realización de una encuesta que se les aplicara en cada granja conoceremos detalladamente su forma de vida, como son sus ingresos económicos, actividades campestres principales y sobre todo saber si tienen algún conocimiento sobre el agroturismo y si están en la capacidad de ejercerlo, no se va a trabajar con muestra porque se va a trabaja con el total de la población para obtener resultados que nos enseñen una muestra exacta.

Técnicas

Las técnicas e instrumentos de investigación son los procedimientos o formas de obtener los datos del tema en estudio. Se apoya en las herramientas para recopilar, organizar, analizar, examinar y presentar la información encontrada. **(Tesis y másters, 2023)**

Un aspecto importante a tener en cuenta es que existen técnicas específicas para cada tipo de estudio. Por lo tanto, la elección de la técnica de investigación que se aplicará va a depender del problema a resolver y de los objetivos planteados. **(Tesis y másters, 2023)**

La encuesta, es parecida a la entrevista porque también suele hacerse en el campo, es decir, donde encuentras los objetos de estudios, como por ejemplo: una fábrica, el interior de una empresa, una institución educativa, etcétera. **(Aliat Universidades , 2020)**

A diferencia de la entrevista, le pides a un número de personas que contesten una serie de preguntas escritas a fin de que las contesten por escrito también. Con la información dada podrás conseguir datos porcentuales y estadísticas para poder llegar a una conclusión. **(Aliat Universidades , 2020)**

Instrumento

Los instrumentos de investigación son necesarios en los tipos de recopilación de datos y tecnología más utilizadas en la investigación científica. En cuanto a las herramientas, según Hernández (1991), señala que las adecuadas son aquellas que se utilizan para registrar datos observables, de modo que puedan representar verdaderamente la definición de variable que tienen los investigadores. **(Tipos de Investigación , 2023)**

La encuesta documental es un procedimiento que nos permite explorar las técnicas subjetivas obteniendo información de un número considerable de ejemplos. En este trabajo se utiliza la tecnología como métodos de encuestas para aplicar instrumentos cuantitativos a los resultados de los tipos de investigación, también es un cuestionario, pero la intención de los resultados es diferente. **(Tipos de Investigación , 2023)**

El propósito es medir las actitudes de los encuestados a través de las partes de una encuesta; en un caso específico: comprender las características sobre la calidad de la atención médica de los pacientes ambulatorios del Seguro Comunitario, y la definición de los servicios que les brindan durante su estadía. **(Tipos de Investigación , 2023)**

La escala de Likert es un método de investigación que utiliza una escala de calificación para conocer el nivel de acuerdo y desacuerdo de las personas sobre un tema. Creada en 1932 por el psicólogo americano Rensis Likert, la escala pretende no limitar las respuestas a “sí” o “no”. Así, en la escala Likert, el encuestado califica sus respuestas al “estar de acuerdo o no” con la situación. Por lo tanto, lo que esta escala determina es la conformidad de las personas y resulta útil cuando necesitas una opinión detallada sobre un tema en particular. **(da Silva, 2020)**

La encuesta de Likert ofrece un resultado cualitativo, a pesar de fundarse en respuestas cuantitativas. Para presente investigación se realizó un cuestionario con escala de Likert del 1 al 5 donde el 1 corresponde a nada y 5 a mucho.

Encuesta estructurada

Objetivo:

Distinguir las características de la actividad turística.

Instrucciones:

Tomando en cuenta que el número 1 es nada y el 5 mucho, marque con una X la respuesta de su elección:

Ámbito sociocultural

¿Posee habilidades para realizar una interpretación agroturística?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿Su granja dispone de señalética adecuada relacionada con agroturismo?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿Estaría dispuesto a recibir capacitación para la práctica del agroturismo?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿La Asociación San Luis cuenta con el apoyo de una Organización no Gubernamental (ONG) o alguna otra institución?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)

Ámbito empresarial

¿Cuál es el principal cultivo agrícola que produce?	Mora (1)	Fresa (2)	Papas (3)	Frutales (4)	Alfalfa (5)
¿Cuál es la principal actividad pecuaria?	Porcino (1)	Bobino (2)	Cuyes (3)	Conejos (4)	Aves (5)
¿Está involucrado en alguna actividad turística?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿Podría ofrecer al visitante la degustación de algún plato típico de la zona?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿Podría ofrecer el servicio de alojamiento en viviendas rurales?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿Podría ofrecer el servicio de camping?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
¿Podría involucrar al visitante en las actividades agrícolas y pecuarias?	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)

Criterio personal

Seleccione el medio de promoción para promocionar el agroturismo de la Asociación San Luis	Revista digital (1)	Revista física impresa (2)	Página web (3)	Redes sociales (4)	Aplicación tecnológica (5)
--	---------------------	----------------------------	----------------	--------------------	----------------------------

Elaborado por el autor

Fuente: Documento con base en (Blazares, 2017)

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

3.1.1 Análisis y discusión de resultados de la lista de chequeo

Oferta turística del Cantón Tisaleo

Tabla 2. Servicios de alojamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje%
Hostería		
El Tisaleño	2	40
Sierra bella		
Hoteles		
Santa Lucia	3	60
La casa		
El descanso		
Total servicio alojamiento	5	100

Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo,
provincia de Tungurahua. (Muñoz, 2013)

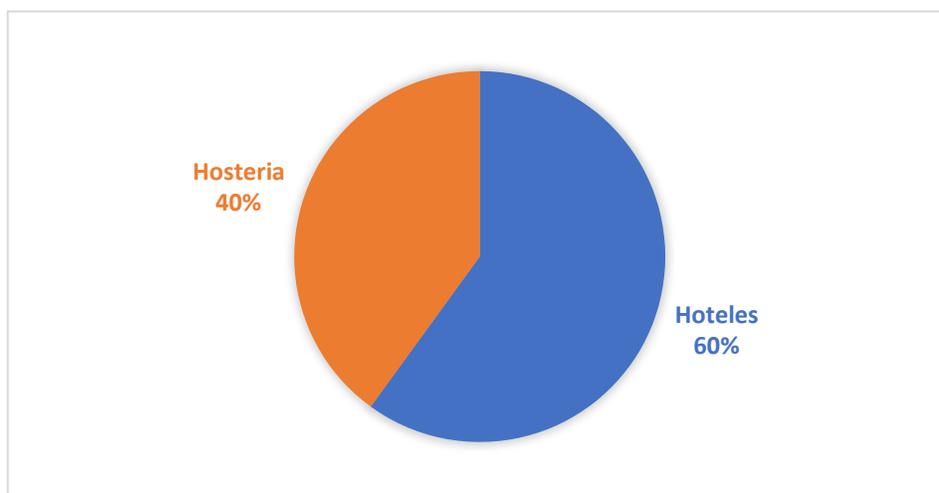


Figura 7. Servicios de alojamiento

Nota. Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua

Análisis

La Hostería el Tisaleño se encuentra en Yanahurco centro a unos 56 minutos de Ambato, cuenta con aparcamiento privado totalmente gratuito y restaurantes donde se puede degustar de su gastronomía de la zona y una variedad de platos al escoger, además cuenta con un servicio de excursiones, Las habitaciones de la posada tienen vistas a la montaña y baño privado con ducha y artículos de aseo gratuitos. Las habitaciones de la Hostería El Tisaleño están equipadas con TV de pantalla plana con canales vía satélite.

El desayuno en las mallas es un desayuno continental, a raíz de la pandemia los servicios de alimentos y bebidas se vio limitado y no estar disponible, este alojamiento está tomando medidas para garantizar la seguridad de los clientes y el personal. Por este motivo, algunos servicios e instalaciones pueden verse limitados o no estar disponibles.

Las instalaciones de spa y gimnasio no se encuentran disponibles, se está trabajando con mecanismos de bioseguridad para poder dar atención nuevamente y brindar total seguridad a sus huéspedes, La bañera de hidromasaje/jacuzzi estará fuera de servicio del a raíz de la pandemia COVID 19.

Características y servicios de la hostería El Tisaleño

General	Admite mascotas Habitaciones sin humo Habitaciones familiares Zona de fumadores	Seguridad	Seguridad 24 horas Extintores
Actividades	Bañera de hidromasaje / jacuzzi Cenas temáticas	Medidas de seguridad	El personal sigue todos los protocolos de seguridad indicados por las autoridades locales Se han eliminado objetos compartidos como cartas, revistas, bolígrafos y papeles Desinfectante de manos en el alojamiento y zonas importantes Hay procedimientos para comprobar la salud de los clientes Hay kit de primeros auxilios
Servicios	Servicio de habitaciones Salas de reuniones / banquetes Recepción 24 horas Almuerzos para llevar Información turística	Distanciamiento físico	Registro de entrada y salida sin contacto Se puede pagar sin efectivo Se siguen las normas de distanciamiento físico
Comida y bebida	Restaurante Desayuno en la habitación Cafetería en el alojamiento	Limpieza y desinfección	Uso de productos de limpieza efectivos contra el coronavirus Ropa de cama, toallas y otra colada lavadas según indicaciones de las autoridades locales Alojamiento desinfectado después de cada estancia
Internet	Internet WiFi WiFi gratis	Seguridad de bebidas y alimentos	Distanciamiento físico en zonas de comedor La comida se puede entregar en el alojamiento de los clientes
Exteriores	Jardín Zona de pícnic		
Aparcamiento	Parking Parking gratis Parking en el alojamiento Parking privado Parking vigilado		
Piscina y bienestar	Piscina Piscina		

Figura 8. Características y servicios de la hostería El Tisaleño

Fuente. Hostería El Tisaleño

Hostería Sierra bella adecuado para descansar y pasar un momento en familia donde se puede degustar de su deliciosa gastronomía típica de la zona habas con choclo y queso, locro de papa, llapingachos además tiene platos gourmet para eventos, parrilladas bebidas. El costo de la entrada es de 5\$ para adultos, y para los niños de 4 a 12 años con un valor de 3,50\$. Para llegar a esta hostería desde Ambato se toma la carretera Panamericana sur, vía a Riobamba se pasa el sector de Alobamba hasta llegar al sector de San Jacinto donde se encuentra ubicada la hostería.

Tabla 3. Servicio de alimentación (restaurantes)

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Restaurantes		
Las fritadas de mama Fany		
Santa Lucia		
Paradero María Joaquina		
Rincón de los volcanes		
Asadero Doña Rosana		
Restaurant asadero Alobamba		
Niña Lupita		
Doña Bachita		
Fritadas Tisaleo		
Juan Montalvo y Cacique		
Encore		
Corazón ecuatoriano		
El leñador		
Columbus		
Imperio		
Total restaurantes	15	83,3

Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua. (Muñoz, 2013)

Tabla 4. Servicio de alimentación (bares)

Bar	Frecuencia	Porcentaje
Maderos	1	
Bar	1	
Total bares	2	11.2
Salón de recepciones		
El palacio		
Total recepciones	1	5,5
Total S. alimentación	18	100

Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua. (Muñoz, 2013)

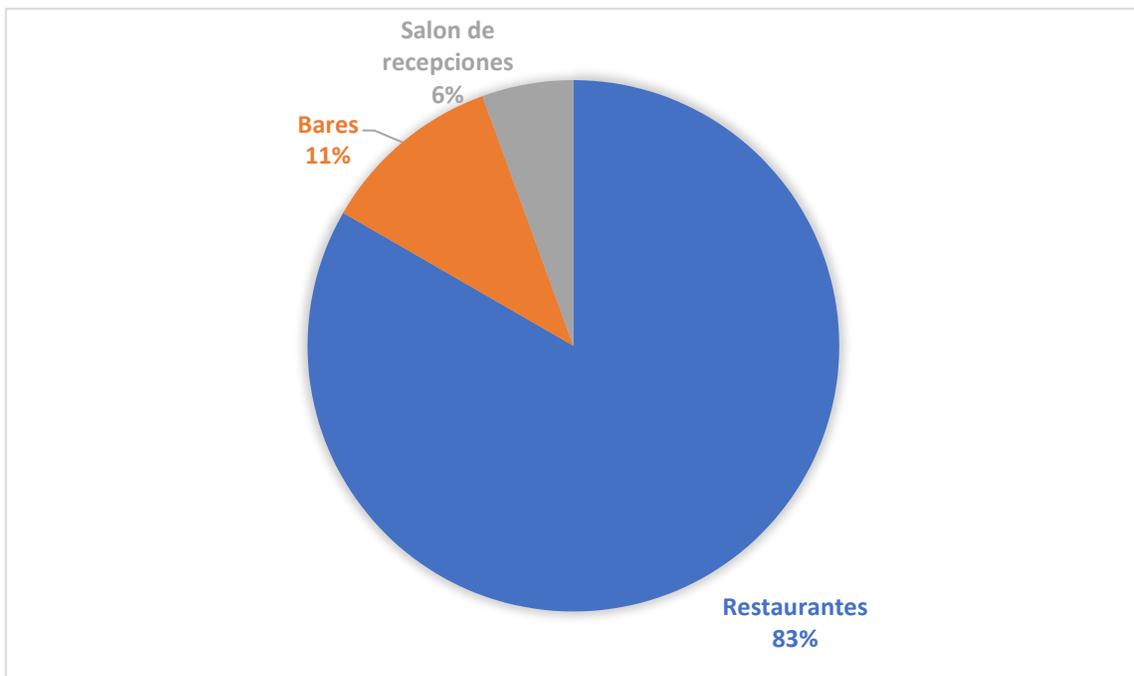


Figura 9. Servicio de alimentación

Nota. Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua

Análisis

En Tisaleo tenemos una variedad de restaurantes donde podemos encontrar gastronomía para diferentes gustos sin embargo cada establecimiento trata de mantener viva la tradición culinaria que por años han venido teniendo y transmitiendo de generación en generación, es así que se destaca la única y deliciosa fritada, el cuy que se lo prepara en todas las formas posibles, estos platos típicos y tradicionales los encuentra en todos los restaurantes de la zona con la variación de precios y obviamente la sazón de cada persona que lo prepara, también podemos encontrar gran variedad de platos que deslumbrarán al visitante, sobre todo el trato amable y cordial que tiene con los turistas.

Para todos los turistas que transitan por la panamericana llegaran a uno de los puntos más representativos del lugar Alobamba donde destaca su única e inigualable fritada la cual es reconocida por su calidad y sabor único.

Los turrónes es uno de los manjares que se debe degustar visitando Tisaleo su calidad y sabor exquisito lo han catalogado como uno de los dulces más recomendados de toda la zona centro del país.

Para las personas que aman la vida nocturna también hay bares y discotecas que cuentan con un ambiente adecuado y con seguridad para brindar protección a las personas y turistas que circulan por las calles todo esto gracias al trabajo conjunto que viene realizando funcionarios del GAD municipal de Tisaleo y habitantes de Tisaleo mismo donde realizan brigadas de seguridad barrial con la finalidad de brindar seguridad y protección a todas las personas, tenemos bar en Quinchicoto donde se puede disfrutar de buena música cocteles y buen ambiente para pasar un momento a meno entre amigos o pareja, en Tisaleo centro contamos con maderos un bar para disfrutar de un buen café o bebidas calientes acompañado de un exquisito y delicioso pan de leña, empanadas entre otros.

También cuenta con salón de recepciones con un ambiente y espacio adecuado en el caserío San Diego y que actualmente cuenta con crecimiento de un 10% es un salón de

recepciones donde se puede realizar todo tipo de acto social adema que es un lugar muy amplio con capacidad para 200 personas cuenta con estacionamiento privado para seguridad de sus vehículos.

Tabla 5. Recreación

Categoría	Frecuencia	Tipo
Guianza		
Mirador Turístico Cerro Puñalica		
Pampas de Salasaca		
Nevado Carihuairazo		
Laguna Malenda		
Cascada Minas de Molina		
Lomas Pucara		
Total guianza	6	54,5
Artesanías		
Elaboración de guitarras		
Elaboración de calzado		
Total artesanías	2	18.2
Festividades		
Los Reyes y los danzantes		
Culto de Santa Lucia		
Fiestas del Inga Palla		
Total festividades	3	27.3
Total recreación	11	100

Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua. (Muñoz, 2013)

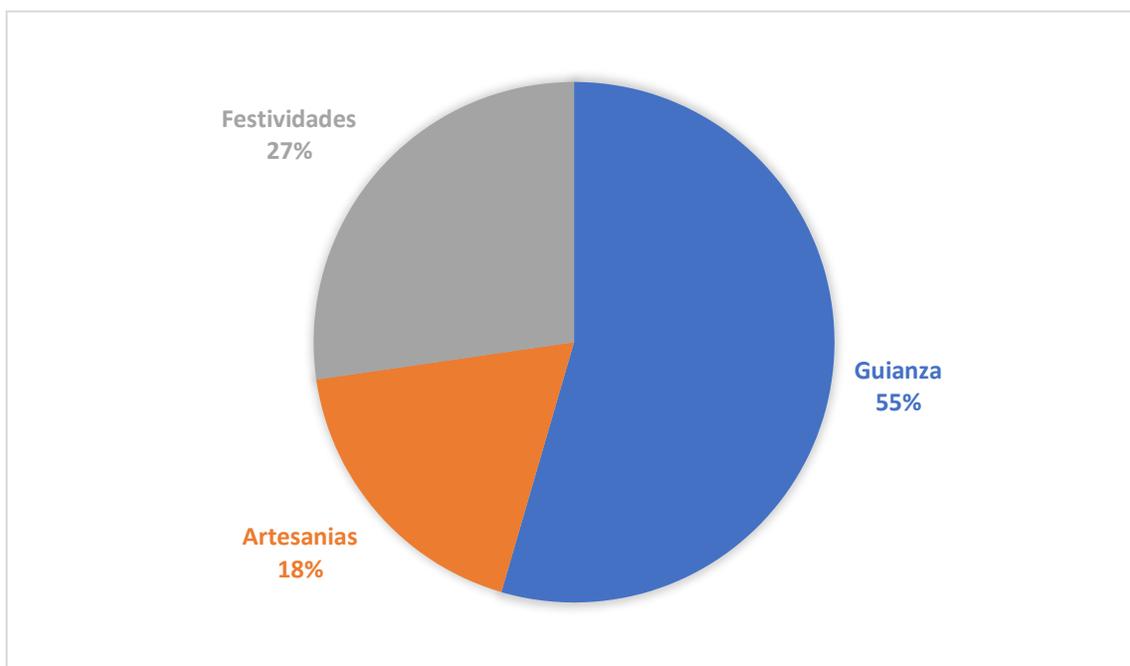


Figura 10. Recreación

Nota. Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua

Análisis

En recreación tenemos varias actividades que los turistas pueden realizar dentro del cantón Tisaleo donde existen actividades para todas las personas de todas las edades y gustos, tenemos los que son guianza donde se recorre donde se puede realizar actividades en sitios naturales caminatas, subida a montañas, visitas a lagunas y cascadas todo en compañía de guías locales de la zonas donde irán detallando con precisión todo lo observado por los turistas con la finalidad de que conozcan, entiendan y aprendan el porqué de los nombres que lleva cada sitio o lugar visitados en flora que tengan el conocimiento de cada una planta y para que puede servir.

También tenemos manifestación culturales de tipo etnográfico donde destaca la elaboración de guitarras que son realizadas con madera de buena calidad que es muy importante para el sonido y afinación de la guitarra que en este caso se utiliza la madera

de roble donde esta madera debe estar muy bien preparada y seca para que su trabajo se de buena calidad y la fabricación de calzado este a más de ser una actividad importante para el desarrollo económico y social de las personas también atrae a personas de diferentes zonas del país creando así una oferta turística que involucra a Cevallos, Tisaleo y Ambato, comercialización de zapatos se estima que son alrededor de 28 millones de pares con equivalente al 44% de la producción nacional, siendo un producto deseado por los visitantes y turistas que visitan este cantón.

Como último punto destacan las manifestaciones culturales de tipo acontecimientos programados que son festividades tradicionales como el Inga Palla donde realizan una dramatización narrando la batalla entre indígenas y españoles que ocurrió en el año 1534, batalla donde los españoles querían invadir territorio ecuatoriano siendo este un gran atractivo turístico a nivel nacional que se celebra cada año la segunda semana de octubre, y las fiestas tradicionales de pueblo y religiosos.

Tabla 6. Transporte

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Transporte mixto		
Compañía De Transporte Mixto Rutas Tisaleñas C.I		
Total	1	20
Transporte pesado		
Compañía De Transporte Pesado Corbacas C.I		
Total	1	20
Transporte de pasajeros		
Sta. Lucia C.I		
Transbonill S.a.		
Cooperativa De Transporte De Pasajeros Tisaleo Ltda.		
Total	3	60
Total transporte	4	100

Elaborado por el autor con base en la página transportes terrestres Tisaleo.

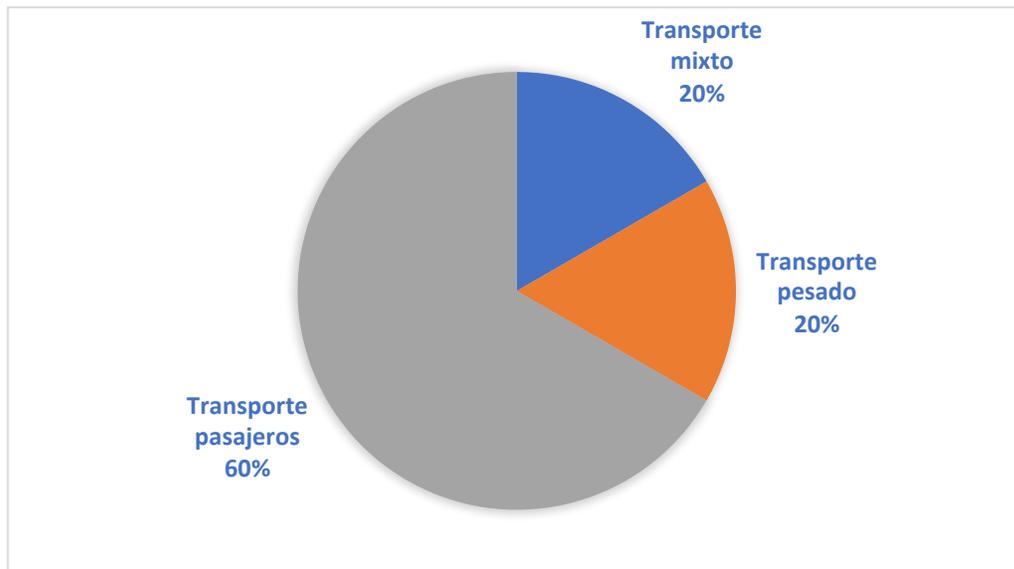


Figura 11. Transporte

Nota. Elaborado por el autor con base al plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, provincia de Tungurahua

Análisis

Se evidencia que existen 5 cooperativas de transporte, transporte mixto tisaleñas donde sus recorridos lo realizan con personas y cargas que ellos traen consigo o a su vez llevan a comercialización en los diferentes sectores o plazas del cantón o de la ciudad, también tenemos transporte pesado donde las carreras lo hacen con ganado, y cargas pesadas a las diferentes plazas para la venta y comercialización de sus productos por lo general este tipo de transporte son de una sola cabina para que puedan entrar carga a diferencia de del transporte mixto que sus vehículos son de dos cabinas para el traslado de personas y productos.

Finalmente tenemos el transporte de pasajeros como son las cooperativas Transbonill, y Santa Lucía con sus recorridos dentro del cantón hacia las diferentes barrios y caseríos que el cantón posee, y la cooperativa Tisaleo un transporte intercantonal donde su recorrido

normal lo realiza desde el centro de Tisaleo hacia el mercado central de Ambato los moradores hacen uso frecuente de este transporte los días de feria cosechando y comercializando sus productos a los mercados centrales de Ambato.

3.1.2 Pregunta 1

¿Cuál es el principal cultivo agrícola que produce?

Tabla 7. Frecuencia y porcentaje pregunta 1

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Mora	32	57,14
Fresa	12	21,43
Papas	0	0
Frutales	0	0
Alfalfa	12	21,43
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

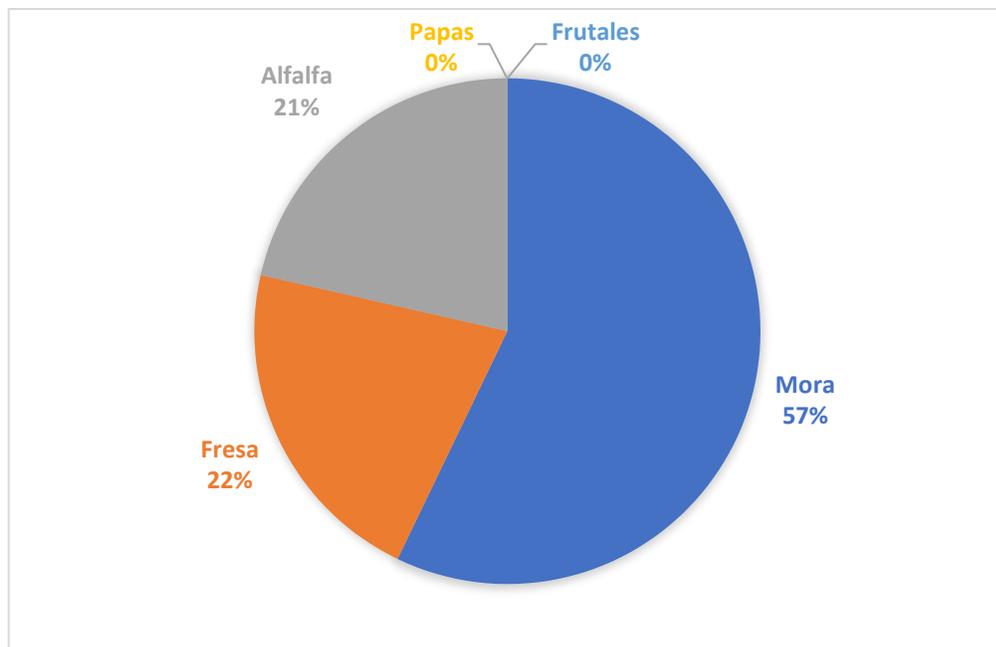


Figura 12. Pregunta 1.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 32 granjas que corresponde al 57,14% cultivan mora, esta es su principal actividad agrícola debido al convenio que tienen con varias organizaciones que se dedican a la elaboración de vinos, y otra parte lo comercializan en plazas de la misma zona o ferias que se realizan a nivel nacional además ofertar sus productos en los mercados centrales del cantón Ambato. 12 granjas que corresponden al 21,43% cultivan fresa, la fresa es su segunda actividad agrícola esta actividad no es tan demandada como la mora debido a que no existe un mercado amplio para su comercialización y en un mercado muy competitivo muchas de las veces sus productos se ven dañados o su venta lo realizan a bajos costos donde no recuperan lo invertido. 0 granjas que corresponden al 0% cultivan papas, el cultivo de papas no es una actividad que llame mucho la atención por las plagas y enfermedades que esto trae a sus cultivos, a más de las heladas que dañan fuertemente sus cultivos y todo representaría una pérdida total. 0 granjas que corresponden al 0% cultivan frutales, pese a que existen árboles frutales en sus granjas ninguna persona señaló “frutales” esto debido a que su cosecha se lo realiza anualmente y no genera ingresos económicos constantes y pues muchas de las veces sus frutas solo lo consumen en sus hogares y no salen a comercialización. 12 granjas que corresponden al 21,43% cultivan alfalfa, la alfalfa es cosechada para la alimentación de sus animales (ganados) es una de las actividades agrícolas que realizan sin embargo no posee tanta importancia pues gran parte de las granjas posee animales pero como una actividad adicional y para generar ingresos extras a sus hogares.

3.1.3 Pregunta 2

¿Cuál es la principal actividad pecuaria?

Tabla 8. Frecuencia y porcentaje pregunta 2

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Porcino	0	0
Bobino	0	0
Cuyes	36	64,29
Conejos	16	28,57
Aves	4	7,14
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

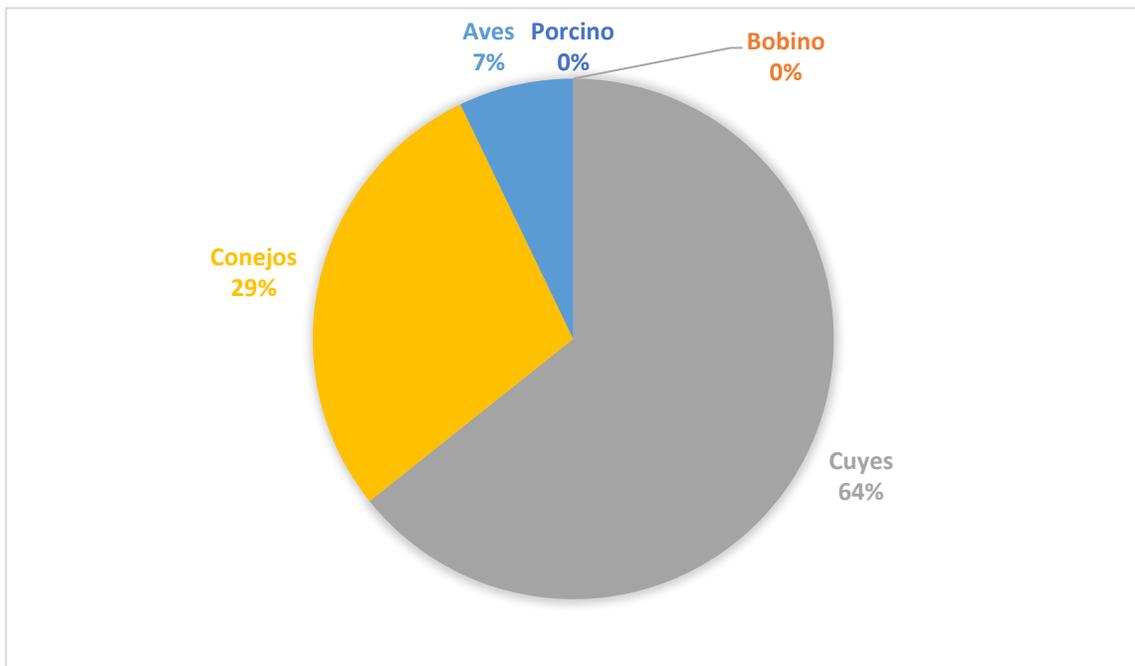


Figura 13: Pregunta 2.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 0 granjas que corresponde al 0% su actividad pecuaria no es la porcina, pese a que un grupo pequeño mencionaron que tiene cerdos no señalaron ese casillero debido a que dan prioridad a otras actividades pecuarias y los cerdos lo dejan como una actividad extra para generar ingresos con su venta por alguna causa urgente que pasen en sus hogares. 0 granjas que corresponden al 0% su actividad pecuaria no es la bobina, como en el caso anterior pese a poseer entre 1 o 3 vacas no es una actividad de suma importancia para generar ingresos económicos constantes, más bien es un extra diario que ellos obtienen gracias a la comercialización de leche y en caso de una urgencia familiar lo comercializan a la vaca a ternero en las plazas de la zona. 36 granjas que corresponden al 64,29% su principal actividad pecuaria son los cuyes, esto se da por el convenio que la Asociación tiene con organizaciones de otros lugares como Quisapincha, Mocha, Ambato entre otras y con el GAD municipal para la comercialización de los cuyes esta comercialización se lo realiza de 2 a 3 veces por mes y el precio varía de acuerdo con el gramaje y alimentación del cuy, es decir mientras más gramos y mejor alimentado sea su costo será más elevado. 16 granjas que corresponden al 28,57% su actividad pecuaria son los conejos, esta es la segunda actividad pecuaria más importante pues gracias a su comercialización que muchos de las veces se lo realiza semanalmente es un ingreso económico muy importante para su hogar pese a que no tiene una comercialización como la del cuy debido a que su venta se lo realiza directamente en las plazas y sus precios siempre varían no hay un precio fijo para su venta. 4 granja que corresponde al 7,14% su actividad pecuaria son las aves (pollos) una minoría señalo que las aves es su actividad pecuaria gracias a la comercialización de huevos, pollos en pie o pelados donde ya cuentan con zonas de distribución fijas, pero donde se ve reflejado su ganancia y venta son los pollos pelados que se los entrega directamente a negocios de la zona y también gracias a la venta de huevos que se los vende a los mismos negocios de la zona y en varias ocasiones si comercialización se las realiza en las plazas de Ambato.

3.1.4 Pregunta 3

¿Está involucrado en alguna actividad turística?

Tabla 9. Frecuencia y porcentaje pregunta 3

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	48	85,71
Casi nada (2)	8	14,29
Poco (3)	0	0
Bastante (4)	0	0
Mucho (5)	0	0
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

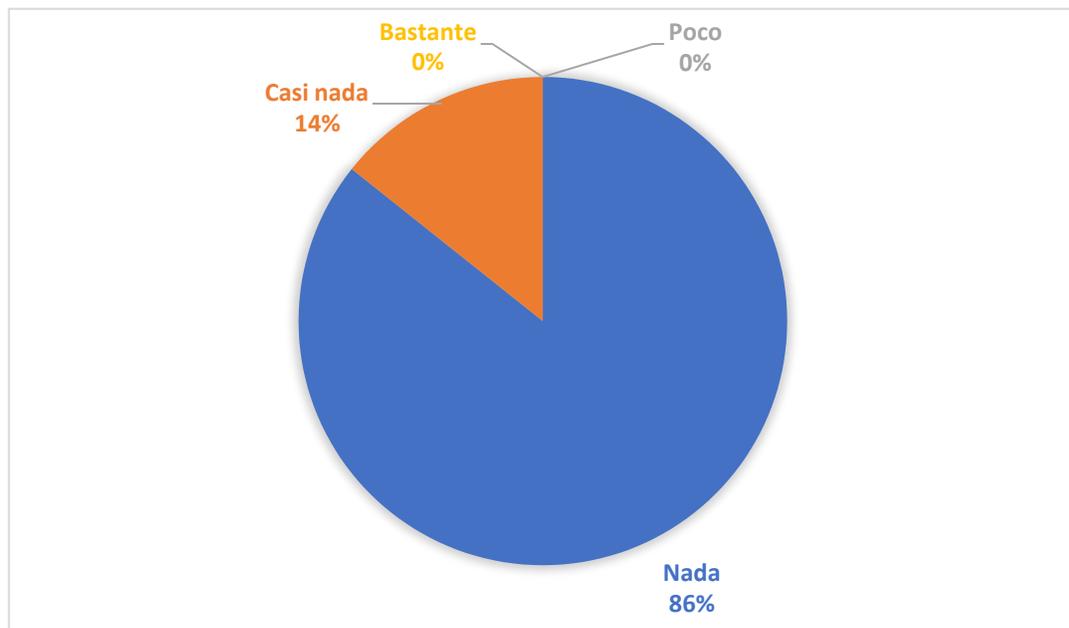


Figura 14: Pregunta 3.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 48 granjas que corresponde al 85,71% indicaron: **nada**, que no están involucrados en una

actividad turística, en su mayoría de las granjas visitadas indicaron que no estar inmersas en ninguna actividad turística, por dos razones no tener el conocimiento necesario para poder ejercerlo y participar y porque no habido apoyo de ninguna institución pública ni privada para la capacitación en dicho tema. 8 granjas que corresponden al 14,29% indicaron: **casi nada**, estar involucrados en una actividad turística, en estas dos granjas que indicaron casi nada mencionaron que tuvieron dos participaciones en actividades turísticas que son ferias turísticas que desarrollo el municipio de Tisaleo donde ofertaron sus productos sin embargo no pudieron tener la capacitación adecuada para promover y dar a conocer su Asociación como un atrayente agroturístico. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **poco**, estar involucrados en una actividad, 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **bastante**, estar involucrados en una actividad y 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **mucho**, estar involucrados en una actividad.

3.1.5 Pregunta 4

¿Podría ofrecer al visitante la degustación de algún plato típico de la zona?

Tabla 10. Frecuencia y porcentajes pregunta 4

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	0	0
Casi nada (2)	0	0
Poco (3)	0	0
Bastante (4)	12	21,43
Mucho (5)	44	78,57
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

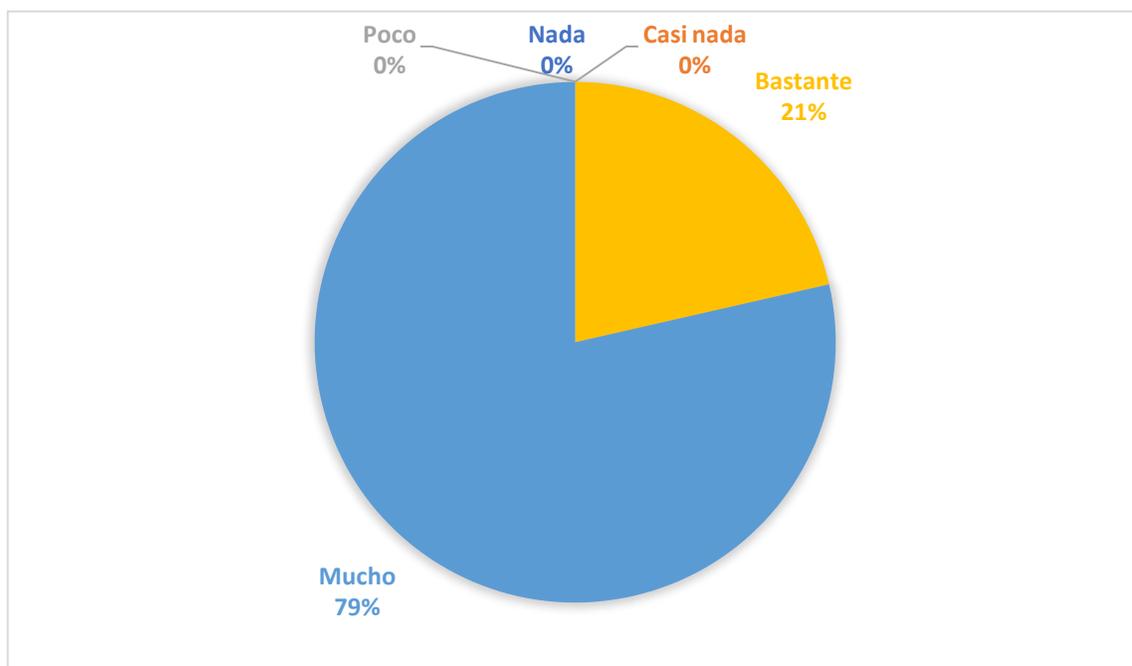


Figura 15: Pregunta 4.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **nada**, pues ellos afirman que una de las formas que se puede dar a conocer su lugar es mediante la degustación de platos típicos de su zona llevando un mensaje y transmitiendo una historia en los platos que se sirva a los turistas, 0 granjas que corresponden al 0% indicaron: **casi nada**. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **poco**. 12 granjas que corresponde al 21,43% indicaron: **bastante**, pues ellos están de acuerdo en preparar platos típicos de su zona para la degustación de los turistas sin embargo existía dudas, mencionando que el plato elaborado y preparado no sea del gusto y agrado de los turistas de los turistas. 44 granjas que corresponde al 78,57% indicaron: **mucho**, en su gran mayoría estaban de acuerdo en preparar un plato típico para la degustación de turistas, además propusieron en realizar u recorrido por sus granjas explicando y enseñando su forma de vida hasta que la preparación del plato este completamente terminado.

3.1.6 Pregunta 5

¿Podría ofrecer el servicio de alojamiento en viviendas rurales?

Tabla 11. Frecuencia y porcentaje pregunta 5

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	0	0
Casi nada (2)	12	21,43
Poco (3)	0	0
Bastante (4)	8	14,28
Mucho (5)	36	64,29
Total	14	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

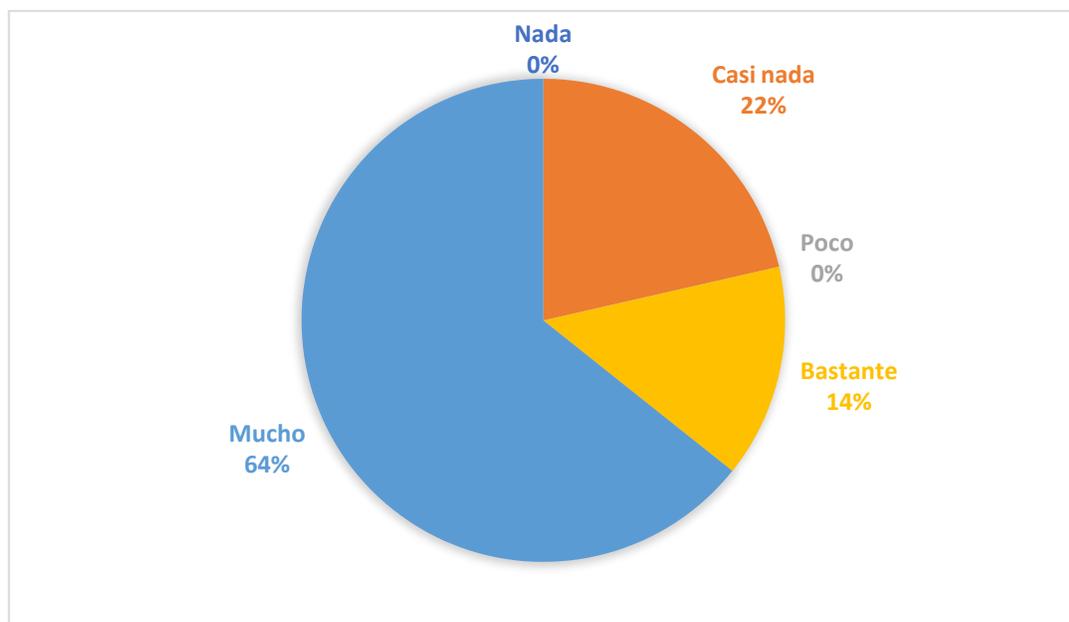


Figura 16. Pregunta 5.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **nada**, pues ellos no están de acuerdo en cerrarle

las puertas de su hogar a los turistas, si bien el espacio de su hogar no es muy amplio para albergar a muchos turistas ellos pueden hacerse cargo de dos personas y en el caso extremo albergar a una familia compuesta de 4 integrantes. 12 granjas que corresponden al 21,43 % indicaron: **casi nada** estas personas no estaban muy de acuerdo en ofrecer hospedaje a los turistas pues es abrir las puertas de su casa que no tiene un espacio amplio y sería demasiado incomodo tanto para los turistas como para las personas que habitan en dicha casa a más de la desconfianza por la delincuencia e inseguridad por la cual el país está atravesando, en caso de hurto a los turistas los dueños de casa serian responsables directos, y en caso de robo a los dueños de casa al no existir una garantía de los grupos de viajeros no hay quien asume las responsabilidades. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: poco, en este punto no hubo ninguna selección. 8 granjas que corresponde al 21,43% indicaron: **bastante**, pues ellos están gustosos de recibir y abrir las puertas de su hogar a los turistas para interactuar y así los turistas conozcan su forma de vida sus experiencias y al mismo tiempo los dueños de casa conocer un poco más de la forma de vida que tiene los turistas. 36 granjas que corresponde al 64,29% indicaron: **mucho**, pues en su gran mayoría las granjas cuentan con un espacio adecuado en su hogar para albergar a los turistas donde se les puede brindar todas las facilidades para que su estancia sea agradable y placentera.

3.1.7 Pregunta 6

¿Podría ofrecer el servicio de camping?

Tabla 12. Frecuencia y porcentaje pregunta 6

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	0	0
Casi nada (2)	4	7,14
Poco (3)	8	14,29
Bastante (4)	12	21,43
Mucho (5)	32	57,14
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

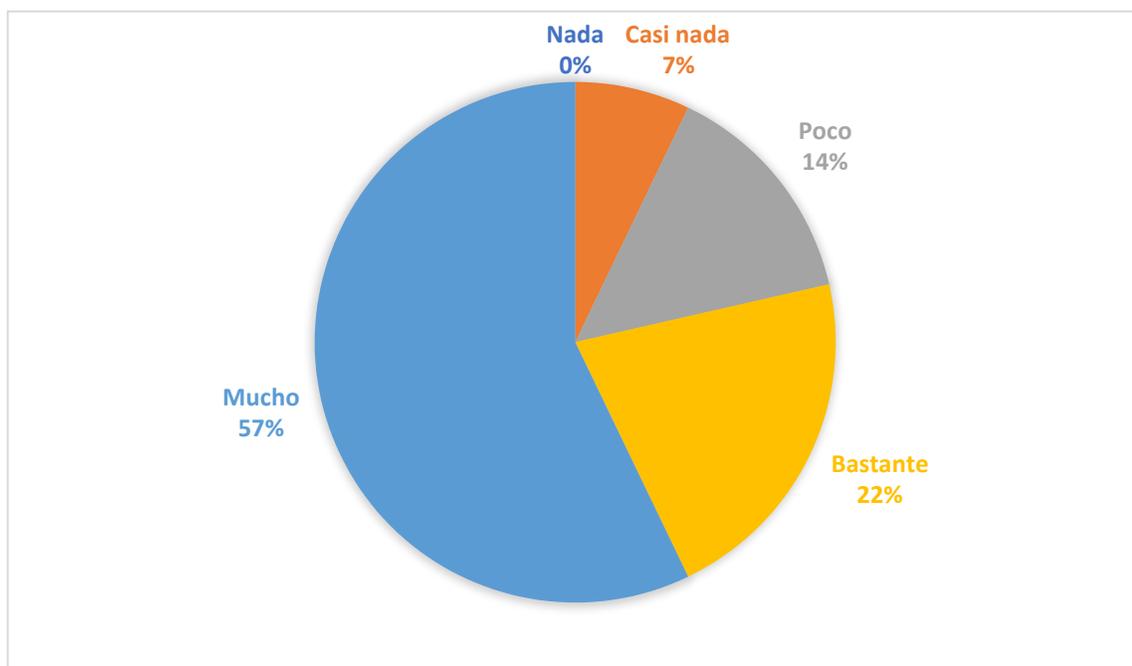


Figura 17. Pregunta 6.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **nada**, en este campo ninguna granja dio su punto de vista pues tienen espacio adecuado para que los turistas realicen camping, sin embargo, no todos están de acuerdo con que se realice esta actividad. 4 granjas que corresponden al 7,14% indicaron: **casi nada**, pese a tener espacio adecuado para realizar actividades de camping no cuentan con los servicios suficientes para atender a los turistas en caso de realizar camping esto sea porque su terreno queda un poco distante de su granja o a su vez queda demasiado cerca de las carreteras principales del caserío San Luis. 4 granjas que corresponden al 14,29 % indicaron: **poco**, estas granjas tienen muchas dudas de poder ofrecer el servicio de camping en su granja pues al no poseer los conocimientos suficientes para su práctica ellos no pueden brindar una atención adecuada a los turistas, ellos prestan su terreno para la realización de esta práctica pero sin ninguna responsabilidad de los dueños de la granja para no tener inconvenientes ni altercados con

los turistas y que ellos se queden bajo su propia responsabilidad. 12 granjas que corresponde al 21,43% indicaron: **bastante**, están de acuerdo con que puedan realizar esta práctica turística y brindar todas las comodidades para que los turistas vivan una linda experiencia en sus campos y a su vez ellos puedan aprender de ciertas formas de camping. 32 granjas que corresponde al 57,14% indicaron: **mucho**, más de la mitad de las granjas tiene un espacio adecuado para la realización de esta actividad turística además que sus granjas cuentan con un espacio más que óptimo para la realización de esta práctica y cuentan con servicios de agua y baños fuera de sus hogares que pueden ayudar a la estancia de los turistas.

3.1.8 Pregunta 7

¿Podría involucrar al visitante en las actividades agrícolas y pecuarias?

Tabla 13. Frecuencia y porcentaje pregunta 7

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	0	0
Casi nada (2)	0	0
Poco (3)	16	28,57
Bastante (4)	8	14,29
Mucho (5)	32	57.14
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

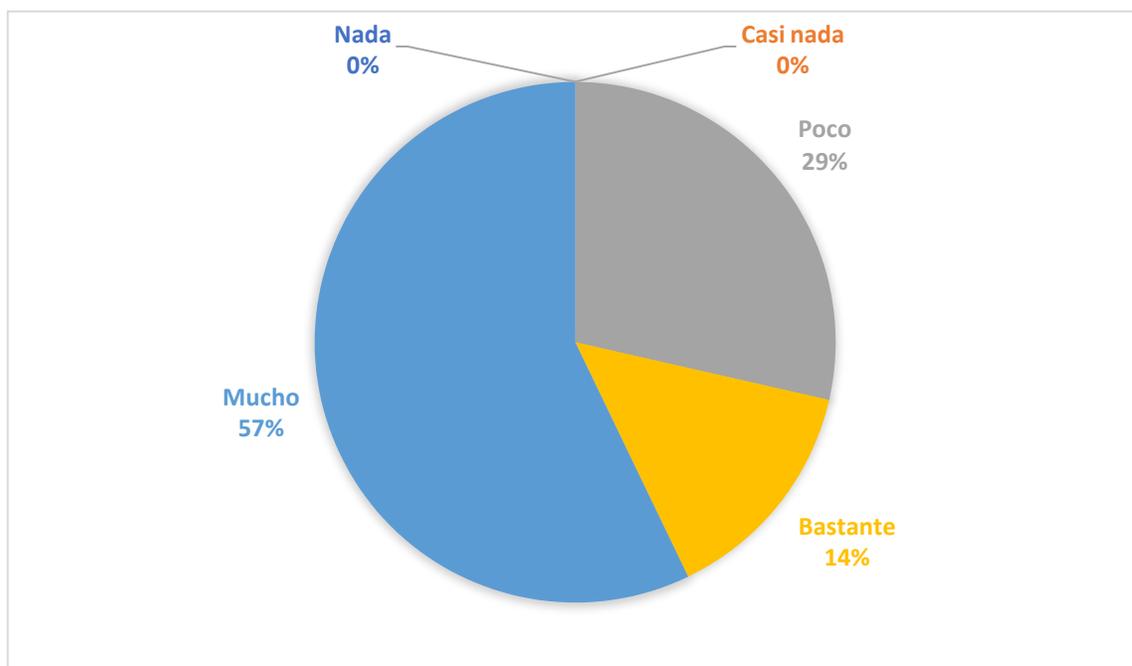


Figura 18. Pregunta 7.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **nada**, pues ellos estarían gustosos de poder hacer partícipes a los turistas de sus actividades pecuarias. 0 granjas que corresponden al 0% indicaron: **casi nada**, al igual que en el casillero de arriba ninguna granja señaló casi nada pues e insisten que estarían muy gustosos de hacerles partícipes de sus actividades diarias. 16 granjas que corresponde al 28,57% indicaron: **poco**, este grupo de granjas indicaron poco pues no tiene el conocimiento adecuado para realizar una explicación que sea muy entendible para los turistas, y esa es la principal duda que ellos tiene y no puedan realizar un explicación clara y adecuada para que el turista lo pueda desempeñar de una manera correcta. 8 granjas que corresponde al 14,29% indicaron: **bastante**, ellos están gustosos y hacerles partícipes de sus actividades pecuarias sin embargo piensan que la realización de esta actividad no puede ser de gran atracción para los turistas. 32 granjas que corresponde al 57,14% indicaron: **mucho**, más de la mitad de las granjas están en

óptimas condiciones de explicar y hacerles partícipes a los turistas de sus actividades pecuarias diarias, así ofrecer una nueva experiencia de vida a los turistas y la interacción de las dos formas de vida, donde los turistas aprenden de los agricultores y los agricultores pueden aprender ciertas cosas y maneras de vida que los turistas tienen.

3.1.9 Pregunta 8

¿Posee habilidades para realizar una interpretación agroturística?

Tabla 14. Frecuencia y porcentaje pregunta 8

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	0	0
Casi nada (2)	4	7,14
Poco (3)	0	0
Bastante (4)	20	35,72
Mucho (5)	32	57,14
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

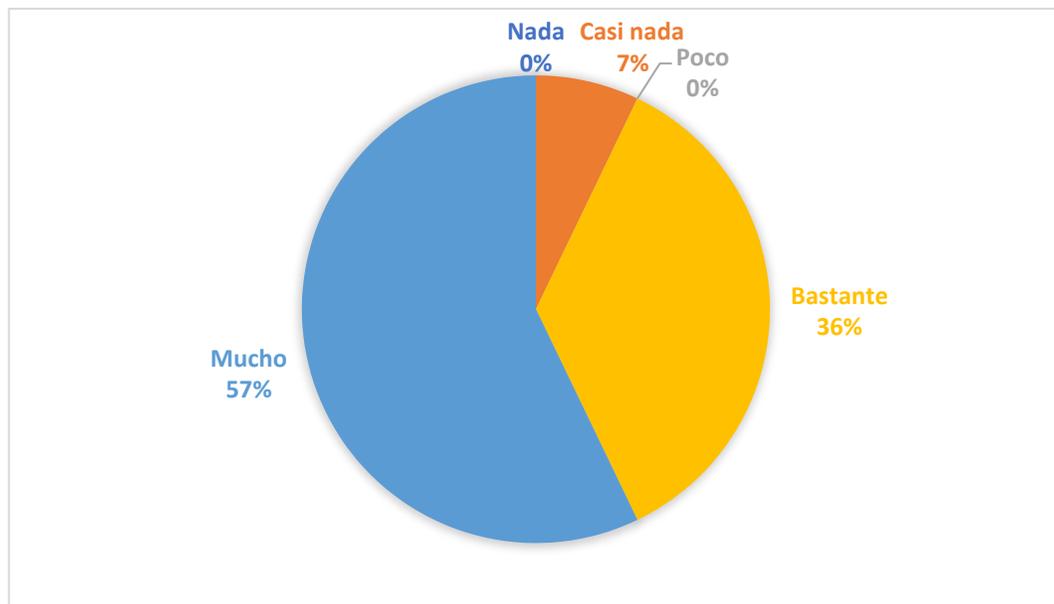


Figura 19: Pregunta 8.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **nada**, no tiene ningún problema en realizar una interpretación agroturística a los visitantes y turistas que deseen visitar sus granjas. 4 granja que corresponden al 7,14% indicaron: **casi nada**, pues en esta granja se observó que no tiene la preparación ni el nivel de instrucción suficiente para realizar una interpretación agroturística. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **poco**, ninguna granja señalo esta opción pues las granjas restantes tienen el conocimiento suficiente para poder realizar una interpretación agroturística donde se le puede explicar cada una de las cosas que realizan a los turistas por qué y para se lo realiza. 20 granjas que corresponde al 35,72% indicaron: **bastante**, un gran porcentaje de las granjas indicaron bastante, pues ellos tiene el conocimiento suficiente y adecuado para realizar una buena interpretación agroturística, sin embargo tiene un algo de temor al no poder llegar con la interpretación que el turista necesita es decir ellos lo pueden explicar en sus palabras y lenguaje pero no saben cómo le llegue la información a los turistas por ello desean que exista una persona capacitada para poder transmitir la interpretación ellos no lo puedan dar o se les dificulte. 32 granjas que corresponde al 57,14% indicaron: **mucho**, en su mayoría de granjas cuentan con un amplio conocimiento y nivel de instrucción que se les facilita la interacción con los turistas y pueden hacer llegar su interpretación de una manera fácil, sencilla y concreta para que no quede ninguna duda a los turistas que visitan sus granjas y en el caso de existir algún tipo dudad ellos están en la capacidad de detallarlo y a ver que el mensaje o interpretación sea captado con suma facilidad.

3.1.10 Pregunta 9

¿Su granja dispone de señalética adecuada relacionada con agroturismo?

Tabla 15. Frecuencia y porcentaje pregunta 9

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	40	71,43
Casi nada (2)	8	14,29
Poco (3)	4	7,14
Bastante (4)	0	0
Mucho (5)	4	7,14
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

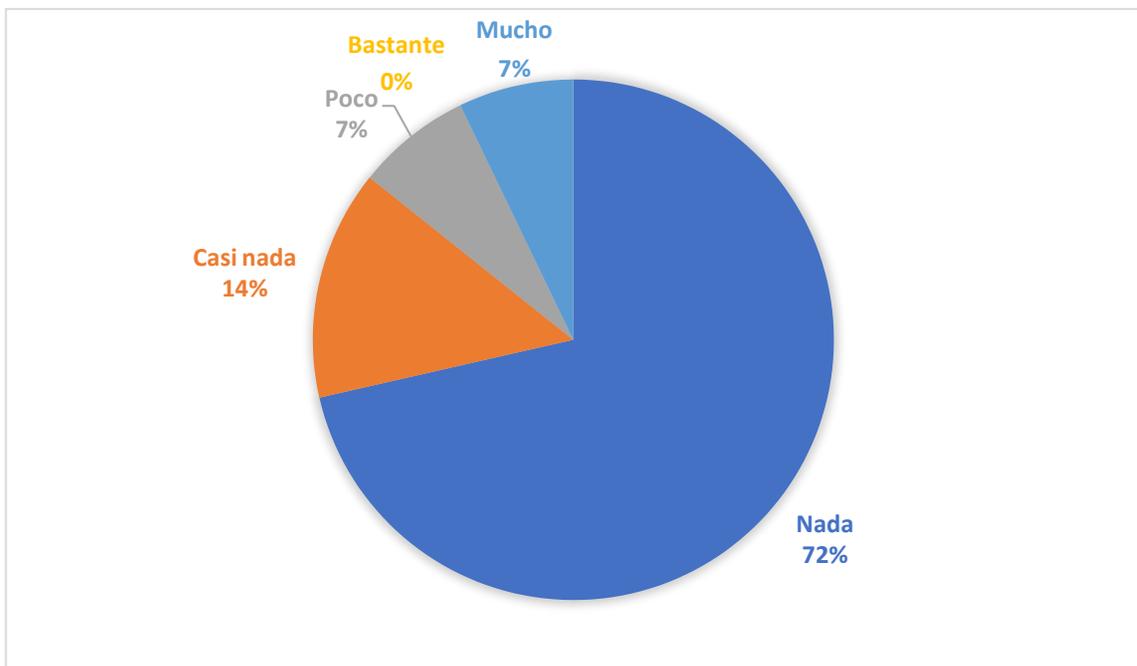


Figura 20. Pregunta 9.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 40 granjas que corresponde al 71,43% indicaron: **nada**, casi en su mayoría de granjas dicen no tener una señalética adecuada para ejercer el agroturismo pese a la insistencia que ellos han tenido con el GAD municipal para que les brinde apoyo y mantenimiento a las señalizaciones sus pedidos no han sido escuchado, sin embargo han optado por hacer sus propios señales éticas pero la falta de mantenimiento han hecho que se pierda el interés de seguirlas mejorando y sabiendo que esto conlleva un gasto extra donde ellos no están en la posibilidad de mantener, 8 granjas que corresponden al 14,29% indicaron: **casi nada**, estas granjas cuentan con una mínima señal ética que no es la adecuada ni trata de explicar detalladamente en base al agroturismo, sin embargo los propietarios de las granjas han realizado un mínimo esfuerzo por mantener una señal ética para que las personas que visiten sepan el lugar que visitan y los productos que ellos ofrecen y producen. 4 granjas que corresponde al 7,14% indicaron: **poco**, este 1% se debe a las pocas capacitaciones que los sus hijos de los dueños de la granja han tenido y recibido sobre agroturismo y turismo estas capacitaciones fueron tomadas fuera de su localidad y tratan de realizar una buena señal ética para que el turista pueda saber con facilidad donde se encuentra, que se realiza en dicha granja y sobre todo que productos ofrece. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **bastante**, ninguna granja tiene una señal ética adecuada para realizar una guía o recorrido turístico por su granja pues al no tener una señal ética el turista no sabe lo que visita, lo que observa ni lo que pueden ofrecer dicha granja. 4 granjas que corresponde al 7,14% indicaron: **mucho**, solamente una granja cuenta con una señal ética óptima para ejercer la práctica agroturística esto se debe a la insistencia de la granja en el GAD municipal pero sobre todo al esfuerzo y sacrificio que ellos realizan para dar mantenimiento a la señalética pues supieron mencionar que desde la colocación de la señalética nunca más recibieron apoyo para el mantenimiento de la señalética y todo ha sido trabajo del dueño de la granja.

3.1.11 Pregunta 10

¿Estaría dispuesto a recibir capacitación para la práctica del agroturismo?

Tabla 16. Frecuencia y porcentaje pregunta 10

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	4	7,14
Casi nada (2)	0	0
Poco (3)	0	0
Bastante (4)	16	28,57
Mucho (5)	36	64,29
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

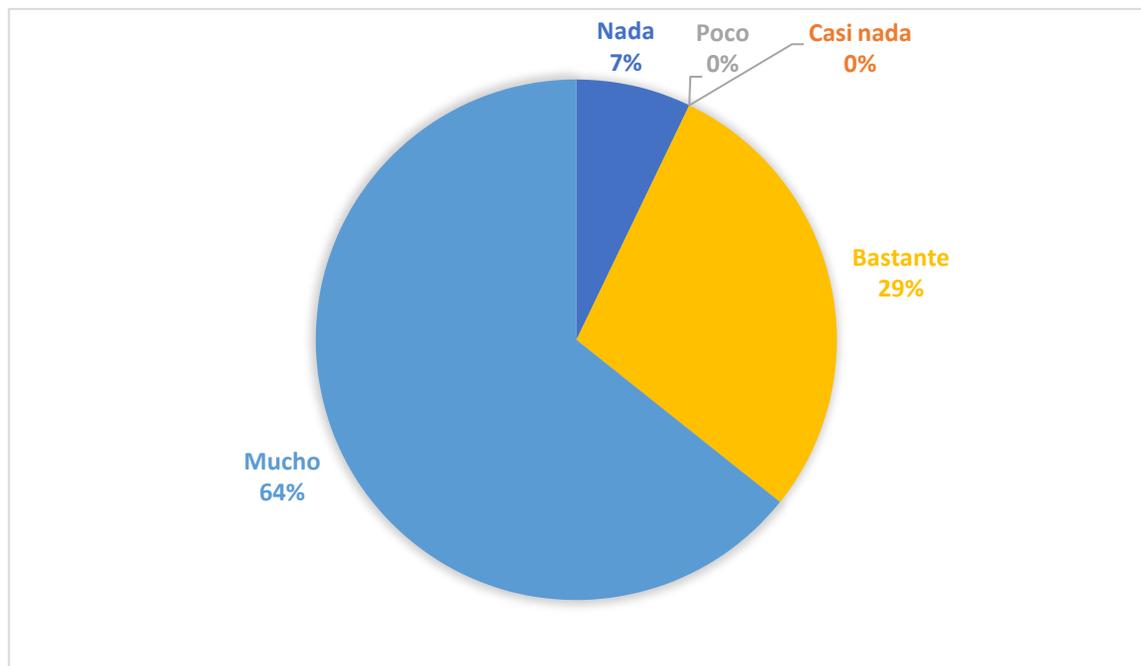


Figura 21. Pregunta 10.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 4 granjas que corresponde al 7,14% indicaron: **nada**, en esta granja se vio la negativa puesto que su labor es únicamente agrícola y pecuaria, supo mencionar que lleva toda una vida trabajando en el campo y no se enfoca en ninguna otra actividad. 0 granjas que corresponden al 0% indicaron: **casi nada**, ninguna granja marco este casillero pues sentían un interés en ser partícipes en capacitaciones cursos sobre agroturismo, las granjas vieron una posibilidad de hacerse conocer más a nivel nacional y así lograr que sus productos sean vistos por más personas y poder ofertar sus productos a nivel nacional. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **poco**. 16 granjas que corresponde al 28,57% indicaron: **bastante**, un gran número de granjas marco bastante pues es algo que les llama la atención sin embargo, no piensan dejar sus actividades agrícolas y pecuarias pues al no poseer trabajadores quien ayude en sus granjas y sus hijos muchos de ellos en escuelas o colegios no quieren que descuiden sus estudios. 36 granjas que corresponde al 64,29% indicaron: **mucho**, en su mayoría de granjas ellos tienen la disposición de participar en actividades , talleres y capacitaciones sobre turismo y agroturismo, pues como se lo menciono anteriormente ellos ven esto como una oportunidad de darse a conocer a nivel nacional y porque no a nivel internacional y lograr que sus producto sean comercializados no solo en mercados de la zona si no a nivel nacional y con un gran trabajo lograr su comercialización a nivel internacional, también supieron mencionar que logrando esta práctica agroturística muchos turistas pueden sentir el interés de visitar su caserío fortaleciendo aso el sector turístico y agroturístico del cantón Tisaleo, mejorando su nivel económico, social y dando u n realce cultural importante a sus festividades tradicionales que al parecer de a poco va perdiendo interés en el cantón.

3.1.12 Pregunta 11

¿La Asociación San Luis cuenta con el apoyo de una Organización no Gubernamental (ONG) o alguna otra institución?

Tabla 17. Frecuencia y porcentaje pregunta 11

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Nada (1)	20	35,71
Casi nada (2)	4	7,14
Poco (3)	32	57,14
Bastante (4)	0	0
Mucho (5)	0	0
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

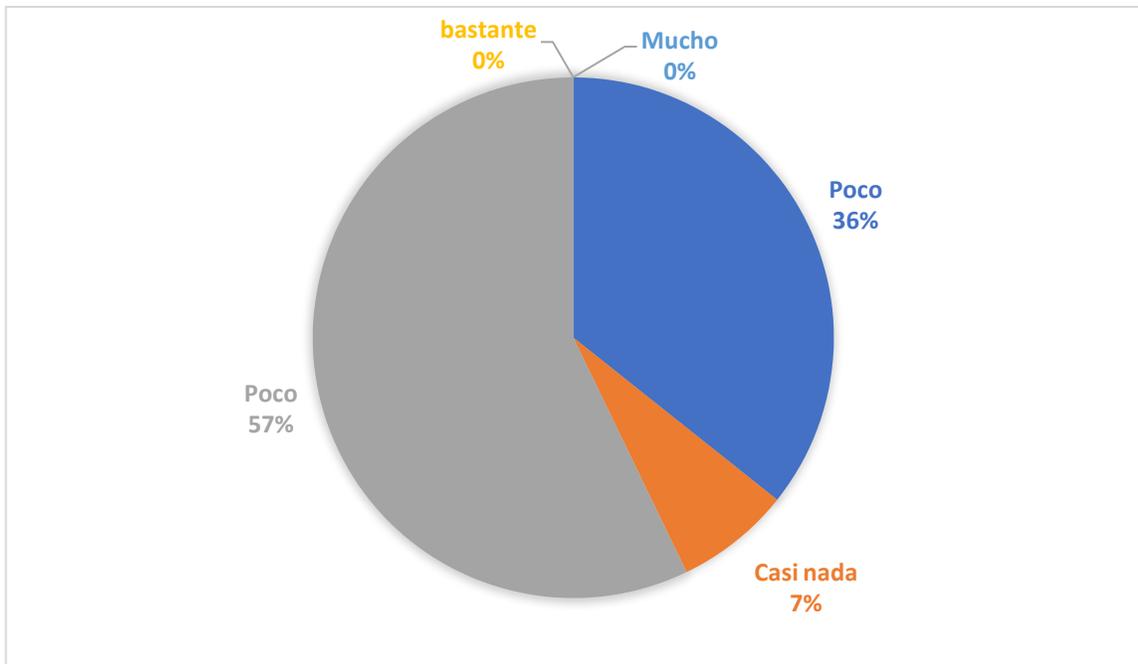


Figura 22. Pregunta 11.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias visitadas que corresponden al 100%, 20 granjas que corresponde al 35,71% indicaron: **nada**, que no han recibido ningún apoyo de ninguna entidad un publica ni privada que todo lo que han realizado hasta el día de hoy en sus granjas es netamente trabajo y esfuerzo de cada una de las personas, pues se ha enviado comunicados y oficios para que alguna entidad municipal brinde ayuda para sus granjas, pero siempre han hecho caso omiso a sus peticiones. 4 granja que corresponden al 7,14 indicaron: **casi nada**, el apoyo recibido de una entidad pública ha sido mínima y pues señalo que únicamente en momento de campañas es cuando se los visita y ofrece productos para mejor sus cultivos como son fertilizantes y abonos naturales. 32 granjas que corresponde al 57,14% indicaron: **poco**, más de la mitad de granjas señalaron poco, que el apoyo de alguna entidad municipal o gubernamental no ha sido la esperada pese al ofrecimiento que han tenido en brindar un apoyo total a las organizaciones y asociaciones que están legamente representadas, sin embargo existió una contrariedad entre socios pues un grupo supo manifestar que si han tenido un apoyo considerable por parte del municipio de Tisaleo, mientras otra parte del grupo supo manifestar que ellos no han sido tomados en cuenta para dicho apoyo y ofrecimiento. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **bastante**, este casillero no fue señalado por ninguna granja puesto que el ofrecimiento no fue el esperado y las autoridades nunca se han hecho presentes con los productos ofrecido. 0 granjas que corresponde al 0% indicaron: **mucho**, al igual que el anterior hubo un rechazo total pues cada cierto mes existen reuniones entre asociaciones con entidades municipales y gubernamentales pero todo solo queda en palabras y no se ve reflejado en actos y siempre que tratan de buscar cita con algún miembro o autoridad la respuesta siempre es negativa o que los técnicos de la zona ya realizaran su visita correspondiente.

3.1.13 Pregunta 12

Seleccione el medio de promoción para promocionar el agroturismo de la Asociación San Luis

Tabla 18. Frecuencia y porcentaje pregunta 12

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
Revista física impresa	8	14,29
Revista digital	8	14,29
Redes sociales	28	50
Página web	8	14,29
Aplicación tecnológica	4	7,14
Total	56	100

Elaborado por el autor con base en los resultados de la lista de chequeo

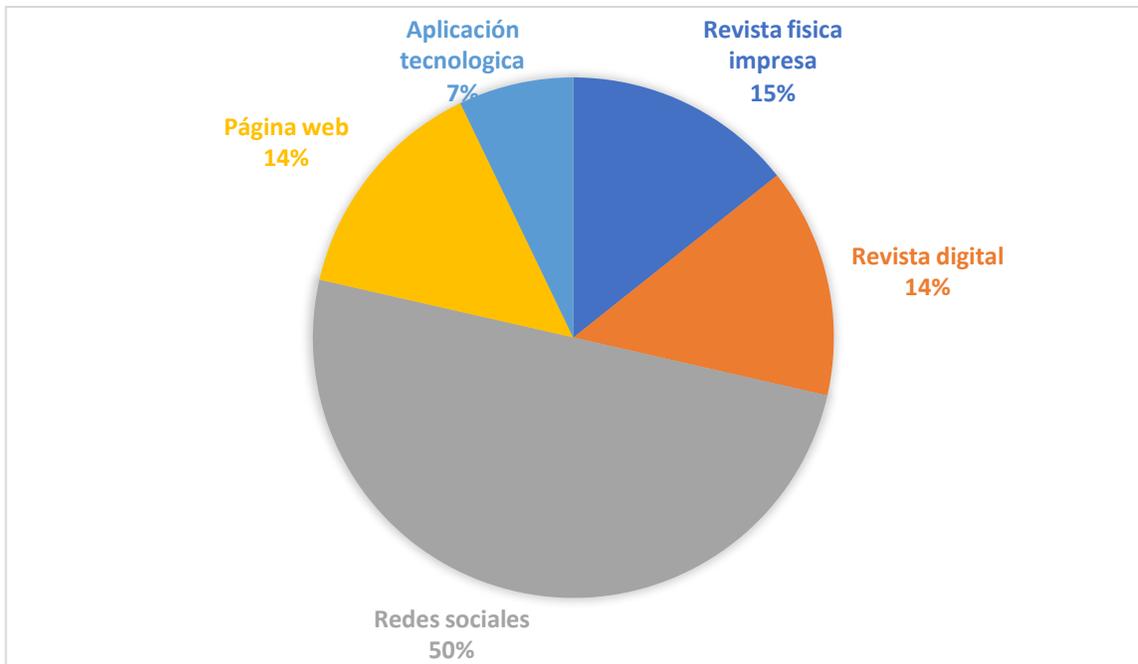


Figura 23. Pregunta 12.

Nota. Elaborado por el autor con base a los resultados de la encuesta

Análisis

De 56 trabajadores de las granjas agropecuarias que representan el 100%, 8 granjas que corresponde al 14,28% respondieron revista física impresa, ellos piensan que la mejor manera de llegar a las personas e incentivar a los turistas a visitar su granja es a través de revistas físicas donde se detalla y explica todas sus actividades mediante gráficos y poca teoría. 8 granjas que corresponde al 14,28% respondieron revista digital. Se mantiene la idea de la revista, pero se la sugiere en formato digital así se la puede ir modificando paulatinamente y sin necesidad de volverla a imprimir esto sería una gran idea traería un gran ahorro para las granjas. 28 granjas que corresponde al 50% respondieron red social, la mitad de los socios de la Asociación San Luis respondieron que una página pues piensan que es la mejor manera de ofertar sus productos y dar a conocer su lugar para que puedan ser visitados y así darse a conocer para dinamizar el agroturismo de la zona, crecer su economía y poder crear nuevas ofertas turísticas y agroturísticas. 8 granjas que corresponde al 14,28% respondieron página web, la idea es no publicar en redes sociales sino tener una página web específicamente que sirva para el contenido de sus productos y dar a conocer sus granjas, pues mediante una página web no se ve la necesidad de crear contraseñas que se las puede olvidar y se perdería la información que se mantiene en una red social. 4 que representa el 7,14 respondió aplicación tecnológica, esto surgió porque el responsable de la granja es una persona joven que piensa que la mejor forma de dar a conocer su lugar, su producción y todo lo que oferta es mediante una aplicación tecnológica, pues en su mayoría los turistas cuentan con teléfono inteligente y crear una aplicación para que la puedan descargar y así ir viendo y revisando las novedades de cada granja, y los productos que ellos están ofertando.

3.1.14 Discusión

Es importante iniciarla con un breve resumen de los hallazgos, para que el lector conozca y entienda de qué trata el reporte. Debe también, algo frecuentemente omitido, comparar el trabajo propio con los resultados reportados por otros. ¿Qué de malo o vergonzoso hay en ello? Solamente la inseguridad de quien escribe. **(Escamilla, 2018)**

Para la pregunta 1, se distingue que los socios de la Asociación San Luis de Tisaleo el cultivo de mora es la principal actividad agrícola que ellos realizan. Para la pregunta 2, se distingue que los socios de la Asociación San Luis de Tisaleo la crianza de cuyes es la principal actividad pecuaria que ellos realizan. Para la pregunta 3, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo no están involucrados en actividades turísticas. Para la pregunta 4, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo están de acuerdo en ofrecer la preparación de los platos típicos de su zona para la degustación de los turistas. Para la pregunta 5, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo están de acuerdo en ofrecer servicio de alojamiento y alimentación a los turistas, pero requieren contar con garantías de seguridad tanto para los socios como para los turistas por lo que es indispensable que todo grupo o persona que desee hospedarse deberá registrarse e identificar legalmente (cedula de identidad o pasaporte) que le acredite su honorabilidad, tarea que será responsabilidad de la institución ejecutora del proyecto. Para la pregunta 6, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo pueden ofrecer el espacio para que realicen camping mas no pueden ofrecer los materiales para el camping. Para la pregunta 7, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo pueden involucrar a los turistas en sus actividades agrícolas y pecuarias. Para la pregunta 8, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo pueden realizar una interpretación agroturística para los visitantes. Para la pregunta 9, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo no cuentan con una señalética adecuada para ejercer el agroturismo. Para la pregunta 10, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo muestran interés en participar de talleres y capacitaciones para poner

en práctica el agroturismo. Para la pregunta 11, se distingue que los socios de la asociación San Luis de Tisaleo han recibido poco apoyo de entidades públicas.

3.2 Verificación de la hipótesis

En la presente investigación se planteó dos hipótesis, la hipótesis nula y la hipótesis alterna, las cuales propone lo siguiente:

Tabla 19. Hipótesis

Hipótesis	Descripción
H ₀	La oferta turística del cantón Tisaleo no está constituida por el agroturismo.
H ₁	La oferta turística del cantón Tisaleo si está constituida por el agroturismo.

Fuente: Elaborado por el autor

La psicometría es la disciplina que se encarga de medir y cuantificar variables psicológicas de la psique humana, mediante un conjunto de métodos, técnicas y teorías. A esta disciplina pertenece el alfa de Cronbach (α), un coeficiente utilizado para medir la fiabilidad de una escala de medida o test. **(Ruiz, 2019)**

La fiabilidad es un concepto que tiene varias definiciones, aunque a grandes rasgos se puede definir como la ausencia de errores de medida en un test, o como la precisión de su medición. **(Ruiz, 2019)**

Para la verificación de hipótesis se utiliza el estadístico SPSS, el cual compara de manera automática los datos ingresados por el investigador, el mismo utiliza diferentes métodos estadísticos como la prueba binominal, la prueba de alfa de Cronbach, Chi – cuadrado, entre otras, para dar validez a una de las hipótesis de estudio.

En este estudio se utilizó la prueba del Chi – cuadrado, la cual parte del supuesto que las dos variables de estudio no se relacionan entre sí y que cuando la significancia del análisis es mayor a 0,05 se acepta la hipótesis nula, y si es menor a 0,05 se acepta la hipótesis alternativa.

Verificación de hipótesis

¿Posee habilidades para realizar una interpretación agroturística?

	N observado	N esperado	Residual
Bastante	12	28,0	-16,0
Mucho	44	28,0	16,0
Total	56		

¿Su granja dispone de señalética adecuada relacionada con agroturismo?

	N observado	N esperado	Residual
Nada	30	11,2	18,8
Casi nada	8	11,2	-3,2
Poco	10	11,2	-1,2
Bastante	4	11,2	-7,2
Mucho	4	11,2	-7,2
Total	56		

Estadísticos de contraste

	¿Posee habilidades para realizar una interpretación agroturística?	¿Su granja dispone de señalética adecuada relacionada con agroturismo?
Chi-cuadrado	18,286 ^a	41,857 ^b
G1	1	4
Sig. asintót.	,000	,000

a. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 28,0.

b. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 11,2.

No existe muestra porque se consideran a todos los elementos de la población. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0 : La oferta turística del cantón Tisaleo no está constituida por el agroturismo) y se acepta la hipótesis alterna (H_1 : La oferta turística del cantón Tisaleo si está constituida por el agroturismo)

Análisis de fiabilidad

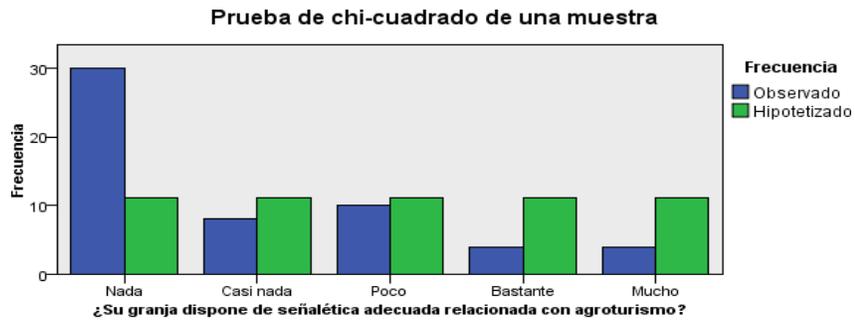
Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	56	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	56	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	9



N total	56
Probar estadística	41,857
Grados de libertad	4
Sig. asintótica (prueba de dos caras)	,000

1. Hay 0 casillas (0%) con valores esperados menores que 5. El valor mínimo esperado es 11,200.

Figura 24. Prueba de chi-cuadrado

Fuente. Programa estadístico SPSS

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- ✓ En definitiva, el agroturismo cumple un rol muy importante para el desarrollo turístico, económico y social del cantón Tisaleo, pues una manera de crear una nueva oferta turística es a través de los granjas agrícolas y pecuarias, donde los agricultores muestran su forma de vida y al mismo tiempo hacen participes a los turistas de sus actividades agrícolas y pecuarias.
- ✓ El cantón Tisaleo tiene un gran potencial turístico a través de sitios naturales como cascadas, lagunas, llanuras, montañas entre otras, manifestaciones culturales como son las elaboraciones de guitarras y calzados, festividades ancestrales que son acontecimientos programados y se celebran en fechas específicas.
- ✓ La Asociación San Luis de Tisaleo se encuentra conformado por agricultores que únicamente se dedican a labores campestres donde su principal actividad agrícola radica en el cultivo de mora y fresa; en cuanto a la actividad pecuaria, se puede destacar la comercialización de cuyes, conejos y en menor cantidad algunas avícolas. Sin embargo, se destaca que se encuentran muy interesados en involucrarse en la prestación de servicios de alojamiento, alimentación y las actividades agrícolas que podrían ser dadas a conocer a los turistas.
- ✓ Una vez aplicada la encuesta se llegó a la conclusión que el uso de redes sociales sería fundamental para la promoción y oferta del agroturismo en la Asociación San Luis de Tisaleo, mediante este medio tecnológico se podrá ofertar todos sus productos agrícolas, y crear un interés al turista para que los visiten y vivan una experiencia campestre.

4.2 Recomendaciones

Luego de analizar la oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo, con base a las conclusiones de los párrafos anteriores, se recomienda:

- ✓ La capacitación en temas de turismo y agroturismo es fundamental para los socios de la Asociación San Luis de Tisaleo, capacitaciones que se puede llevar a cabo a través de: talleres, reuniones, conferencias, videos entre otros para que se familiaricen con el tema y puedan ejercer el agroturismo con facilidad .
- ✓ Implementar una señalética adecuada que se relacione con el agroturismo así se brinda seguridad y una información exacta sobre un área determinada al mismo tiempo que facilita la orientación y guía para identificar diversas zonas.
- ✓ Tener una estructura sólida y un líder capacitado en temas de gestión para que puedan trabajar coordinadamente y en equipo con la finalidad de dinamizar el agroturismo de la zona.
- ✓ La difusión de información de las actividades agrícolas y pecuarias es primordial en el desarrollo del agroturismo pues mediante este medio se promocionará y se ofertará los productos cosechados por los miembros de la Asociación San Luis de Tisaleo, al mismo tiempo que se incentivará a los turistas a visitar en cantón Tisaleo.

Propuesta

Datos informativos

Título: “La oferta turística y el agroturismo en el cantón Tisaleo”

Institución ejecutora: Universidad Técnica de Ambato

Directos: Asociación San Luis de Tisaleo

Indirectos: Turistas

Ubicación

Provincia: Tungurahua

Cantón: Tisaleo

Parroquia: La Libertad, barrio San Antonio

Población: El cantón Tisaleo perteneciente a la provincia de Tungurahua cuenta con una población de 12.137 habitantes, el barrio San Antonio que es la zona de estudio cuenta con 56 granjas agrícolas.

Límites: Limita al norte con el cantón Ambato, sur cantón Mocha, este cantón Cevallos y al oeste con el cantón Ambato.

Equipo técnico responsable

Responsable de la elaboración: Jorge Aníbal Maya Bermudes

Colaboración: Dr. Joselo Castro, Asociación San Luis de Tisaleo

Antecedentes de la propuesta

La propuesta surge de la necesidad de llegar al turista con información fácil, rápida y contundente donde se visualiza el modo de vida, las prácticas agrícolas y pecuarias que los miembros de la asociación San Luis de Tisaleo con la finalidad de promocionar sus productos cosechados al mismo tiempo incentivar al turista a que visite y participe de las actividades diarias que los asociados realizan.

Justificación

La asociación San Luis de Tisaleo actualmente no dispone de redes sociales como facebook, por lo que es primordial que se enfoque en capacitar y crear medios digitales que contribuyan con la difusión, promoción y gestión del agroturística del lugar.

En las encuestas y sondeos realizada a los socios arrojó como resultado que la plataforma que más conocen y que pueden manejar con facilidad en redes sociales es Facebook puesto que presenta ventajas y beneficios para la asociación como es la presentación de la oferta turística que dispone el sector en estudio. Las redes sociales presentan muchas ventajas, por lo que la creación de una página en Facebook es primordial para dar a conocer el producto a nivel nacional e internacional, puesto que no existe límites geográficos y si son manejadas correctamente se puede lograr una gran posesión en el mercado, además no necesita mayor presupuesto y los formatos publicitarios son adaptables a nuestro medio. Además Facebook permite la comunicación directa y oportuna con productos publicitarios bien estructurados que puede llegar a sus seguidores y aumentar el número de visitas para ofertar los productos captar clientes. La propuesta de la creación de una página de Facebook para la asociación San Luis de Tisaleo es para dotar de herramientas publicitarias pues los agricultores desconocen de los beneficios que tienen las redes sociales para dar un plus a sus productos obteniendo un mejor beneficio económico y brindar un servicio de calidad a los turistas. De acuerdo con la información obtenida entre los socios se llegó a la conclusión de crear una página en Facebook porque tiene una mejor difusión de información y se incrementa el número de visualizaciones.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Crear una página en Facebook para difusión, promoción y gestión del agroturística en la asociación San Luis de Tisaleo del Cantón Tisaleo

Objetivos específicos

- ✓ Analizar la creación y administrar de una página en Facebook de acuerdo con el conocimiento e información que los agricultores disponen sobre el funcionamiento de redes sociales.
- ✓ Formular una campaña publicitaria en Facebook para que la oferta agroturística tenga éxito
- ✓ Identificar las redes sociales más adecuadas y presentar los servicios y productos para promocionar sus ofertas.

Análisis de factibilidad

Por la información obtenida sobre la creación de una página en Facebook para la asociación San Luis de Tisaleo se determinó que es factible ya que cuentan con el apoyo del GAD del cantón Tisaleo y buscarían apoyo del ministerio de turismo provincial.

Factibilidad operativa

La creación de una página en Facebook para la asociación San Luis de Tisaleo es indispensable ya que disponen de productos y servicios que pueden ofertar a los turistas pues el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Tisaleo viene apoyando en capacitando agropecuaria y requieren de canales de comercialización.

Factibilidad social-cultural

La presente investigación determinó que la creación de una página en Facebook fue para aprovechar los recursos agroturísticos, sociales y culturales identificados en el área de estudio, puesto que los principales beneficiarios serían los agricultores que promocionarían sus productos y servicios por medio de las redes sociales y los turistas que visualizarían la página y utilizarían los servicios turísticos.

Factibilidad ambiental

Con el manejo de redes sociales la información es más rápida por lo tanto la propuesta del cuidado del medio ambiente estará altamente difundida a los turistas por la página en Facebook y los que ofertan los productos y servicios se comprometen a tener sus granjas con sus respectivas señales éticas, las vías de comunicación en perfecto estado para promocionar por medio de videos, fotos etc.

Contenido

Mediante el análisis de la propuesta se determinó que las redes sociales son muy importantes en la recopilación de la información para la factibilidad de la misma, además que el cuidado del ambiente cuenta la parte social y cultura.

Una página de Facebook debe contener foto de perfil (logo de la asociación), información de la página, contenido (videos, fotos, historias, infografías).

Portada

La portada está relacionada con el tema de investigación y es la página principal que debe ser atractiva al lector, por cuanto conlleva ciertos elementos que son:

- ✓ Información permanente de elementos técnicos.
- ✓ Fotografía atractiva

Índice

Es fundamental organizar el contenido mediante un respectivo número de página, en el diseño de la tabla según corresponda la temática de la revista. Como en esta revista digital se realizó un índice de forma de listado

Tabla 20. Factibilidad económica

RECURSOS	DETALLES	VALOR
Tecnológicos	Computadora	\$450,00
	Dispositivo móvil	\$200,00
	Internet	\$ 35,00
	Impresiones	\$ 15,00
Materiales	Cuaderno	\$ 1,50
	Esfero	\$ 0,80
	Hojas papel bond	\$ 1,00
Económicos	Alimentación	\$ 90,00
	Transporte	\$ 10,00
	Impresiones	\$ 10,00
Humanos	Estudiante	1
TOTAL		\$813,20

Elaborado por el autor

Enlace facebook

<https://www.facebook.com/agroturismosanluisdetisaleo/>

MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias bibliográficas

Aliat Universidades . (28 de Julio de 2020). *Conoce 4 tecnicas de investigación que son ideales para universitarios.*

<https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,conocimiento%20para%20resolver%20nuestras%20preguntas.>

Aquino, R., Duarte, J., García, O., & Zambrano, L. (2008). *Teoría de la oferta y la demanda.* <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>

Araujo, N., & Carill, P. (junio de 2012). El Agroturismo como alternativa de ocio. Análisis del perfil de agroturista en el parc agrari del baix llobregat (Cataluña). <https://www.eumed.net/rev/turydes/12/avpc.html>

Banco Bilbao Vizcaya Argentina. (2022). *Educacion financiera.* Teoría de la oferta y la demanda: <https://www.bbva.com/es/teoria-la-oferta-la-demanda/>

Barrera, E. (2006). *Turismo Rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Montevideo.* http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-57852019000100062

Blazares, D. (2017). *Agroturismo esencia y características.* https://www.researchgate.net/publication/331407876_AGROTURISMO_ESENCIA_Y_CHARACTERISTICAS

Bormann, A. (1930). *Generalidades de los servicios turísticos.* https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2020A1_TUR162_01_136180.pdf

Bote Gómez, V. (1990). *Planificación económica del turismo : de una estrategia masiva a una artesanal*. <https://www.econbiz.de/Record/planificaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-del-turismo-de-una-estrategia-masiva-a-una-artesanal-bote-g%C3%B3mez-venancio/10000902815>

Boullón, R. (2008). *¿Qué es el turismo alternativo?* <https://psicologiayturismo.blogspot.com/2017/09/conceptualizacion-turismo-alternativo.html#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20Roberto%20Boull%C3%B3n,naturaleza%20y%20una%20participaci%C3%B3n%20activa.%22>

Brazales, D. (2017). El Agroturismo en el Proceso Contemporáneo:.

Castellón, L. M., Quiroga, A., & Suarez, A. (15 de mayo de 2022). *Turismo y agricultura: Una relacion lodica desde la concepcion de la gastronomia como un proceso integral* . <file:///C:/Users/jorge/Desktop/Dialnet-TurismoYAgricultura-8567561.pdf>

CEUPE. (s.f.). *Turismo* . Oferta turistica : <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>

Cobacango, L., Pincay, D., Garcia, J., & Mendez, C. (23 de mayo de 2019). *Operadoras turísticas y su influencia en el desarrollo socioeconómico*. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/362/3621539021/3621539021.pdf>

Colegio de Administración de Empresas. (2018). *Centro de investigacion* . Diseño de la Investigación: <https://www.uprm.edu/ademinvestiga/disenio-de-la-investigacion/>

da Silva, D. (16 de Diciembre de 2020). *Qué es escala de Likert y cómo aplicarla*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-escala-de-likert/#:~:text=La%20escala%20de%20likert%20es,s%C3%AD%E2%80%9D%20o%20%E2%80%9Cno%E2%80%9D>.

Daikokú, A. (octubre de 2012). *Comportamiento del consumidor turístico* .
<https://www.aiu.edu>

De Jesus, J., & Zamora, G. (agosto de 2008). *Analisis de la Oferta y demanda*.
<https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>

Durazos "Don Panchito". (2022). *Durazos "Don Panchito"*.
<https://www.facebook.com/Durazosdonpanchito>

Ecoturismo y Aventura . (2022). *Turismo Alternativo: Otros Modelos y Formas de Hacer Turismo*. <https://www.ecoturismoyaventura.com/que-es-el-turismo-alternativo/>

Editorial economia . (mayo de 2014). *Economia* . Definicion de oferta :
<https://economia.org/oferta.php>

Escamilla, A. (septiembre de 2018). *¿Qué debe llevar la discusión?*
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-00992018000300157

Esparza, L. (s.f.). *Estudio de mercado y comercializacion* . Analisis de la oferta :
<http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpsc137/Unidad%202%20Mercado.pdf>

Fabbri, M. S. (2020). *Las técnicas de investigación: la observación*.
<http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n.pdf>

Figueroa, N. (2016). *Informacion turistica (IN - TUR). Su importancia en la obtencion de pasajeros de la terminal terrestre del canton Quevedo*.
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/1894/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000018.02.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Fisher, L., & Espejo, J. (2006). *Definición de oferta* .
<https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

Freire, H. (2022). *GAD Municipal del canton Tisaleo* . Tisaleo...tierra de tesoros escondidos: <https://www.tisaleo.gob.ec/>

Garrido, C. (7 de octubre de 2020). *Beneficios del turismo para el país*.
<https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>

Grolleau, H. (1998). *“Introducción al turismo”, Madrid, España*.
<http://saberesbolivianos.com/investigadores/vzambrana/El%20turismo%20rural%20una%20modalidad%20creciente%20de%20turismo.pdf>

GrupoCamaleon. (18 de diciembre de 2018). *Glosario turismo / Término*.
<https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/oferta-turistica>

Guzmán, G., Mayo, A., Ávila, C., & García, V. (2012). *La percepción de los turistas hacia la oferta hotelera, restaurantera, y transporte turístico de Tabasco, México* .
https://www.aecit.org/uploads/public/congresos/17/AECIT2012_CAP3.pdf

Ley de Turismo del Estado de Oaxaca. (2005). *Turismo Alternativo*. Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo:
<https://psicologiayturismo.blogspot.com/2018/05/turismo-alternativo.html>

Linares, V. (2016). *Los servicios turísticos*.
http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG-13_Art-3.pdf

Lluch, E. (2019). *Oferta: ¿Qué es? Tipos, elementos y mucho más*.
<https://adriw.com/conceptos-economicos/oferta/#Tipos>

Loreley, P., & Gonzales, M. (2014). *La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira - Colombia* .
<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a11.pdf>

Lugo, Z. (2018). *Poblacion y muestra* . <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/#:~:text=Poblaci%C3%B3n%20se%20refiere%20al%20universo,poblaci%C3%B3n%20para%20realizar%20un%20estudio.>

Mae. (2022). *Ley de oferta y demanda: En qué consiste y cómo aplicarlo*. Ley de oferta:
<https://www.efficcy.com/es/ley-de-oferta-y-demanda/>

Mafius. (28 de noviembre de 2021). *Proovedores de servicios turísticos*.
<https://www.mafius.com/economia/proovedores-de-servicios-turisticos/>

Martinez , J. C. (s.f.). *La economia del mercado* . La elasticidad de la oferta:
https://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14002996/helvia/aula/archivos/repositorio/250/271/html/economia/5/la_elasticidad_de_la_oferta.htm

Massarik. (2020). *Instrumentos de Investigación*.
<https://tiposdeinvestigacion.org/instrumentos-de-investigacion/>

McGraw, H. (2021). *PUCE*. Alcance de la investigación McGraw, Hill:
<https://puceapex.puce.edu.ec/web/cev/alcance-de-la-investigacion/#:~:text=Descripci%C3%B3n%20El%20alcance%20de%20una,empazar%20a%20desarrollar%20la%20investigaci%C3%B3n.>

Molina, S. (29 de Junio de 1991). *El sistema turistico segun Sergio Molina* .
<https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-sergio-molina#:~:text=Seg%C3%BAn%20Sergio%20Molina%2C%20el%20Sistema,llegar%20a%20un%20objetivo%20com%C3%BA>

Muñoz, V. (2013). *Plan de desarrollo turístico del cantón Tisaleo, Provincia de Tungurahua*. <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/2969/1/23T0374.pdf>

Naranjo, C. (2021). *Animal Park Parque tematico*. <https://animalpark.ec/>

Naranjo, M., & Martinez, M. d. (5 de agosto de 2022). *La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis*. <https://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335>

Naranjo, R. (5 de septiembre de 2022). *La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis*.

<http://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335#:~:text=La%20oferta%20tur%C3%ADstica%20es%20una,que%20desea%20realizar%20un%20viaje.>

Neil, J., & Stephen, W. (1993). *Turismo alternativo*. https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2009/compendio_2009/10.100.8.236_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=El%20turismo%20alternativo%20se%20refiere,los%20recursos%20naturales%20y%20culturales

OEA. (1980). *Conceptos y Generalidades*. Que son los servicios turísticos: <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>

Oferta: ¿Qué es? Tipos, elementos y mucho más. (2019). <https://adriw.com/conceptos-economicos/oferta/#Tipos>

Oferta: ¿Qué es? Tipos, elementos y mucho más. (2019). <https://adriw.com/conceptos-economicos/oferta/#Tipos>

OMAFRA. (2011). Clasificación de actividades agrícolas. Elaboración con base en el Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales de Ontario. <https://www.scielo.org.mx/img/revistas/remexca/v9n7//2007-0934-remexca-9-07-1494-gf1.png>

ONMIDIA. (2007). *Definición de viaje*.
<https://www.definicionabc.com/general/viaje.php>

Organizacion mundial del turismo. (2001 - 2006). *Glosario de terminos de turismo*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Osorio, R. (2015). Patrimonializacion del queso añejo y turismo rural en Zacazonapn, Estado de Mexico . <https://www.eumed.net/rev/turydes/19/zacazonapan.html>

Ostela . (21 de junio de 2022). *Turismo alternativo: qué es, tipos y ejemplos*.
<https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-alternativo-que-es-tipos-y-ejemplos>

Ostela. (3 de febrero de 2022). *¿Qué es un producto turístico?*
<https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/hospitality-management/que-es-un-producto-turistico>

Pedrosa, J. (9 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Oferta:
<https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Perini, A. (26 de junio de 2020). *Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos* .
<https://frrq.cvg.utn.edu.ar>

Quintanilla, H. (30 de noviembre de 2016). *Brevísimo curso de microeconomía*. La oferta de bienes y servicios :
<http://www.economia.unam.mx/cienciaeco/pdfs/num8/03HUERTA.pdf>

Ramirez, C. (2017). *Definición de Servicio Turístico I*. <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>

Reali, C. (2022). *7 claves para crear un producto turístico con éxito* .
<https://www.hotelmize.com/es/blog/7-claves-para-crear-un-producto-turistico-de-exito/>

Revfine. (2021). *Significado del turismo: aprenda sobre la definición de la industria del turismo*. <https://www.revfine.com/es/turismo-significado/#tourism-meaning>

Rios, V. (2014). *El turismo rural una modalidad creciente de turismo* . <http://saberesbolivianos.com/investigadores/vzambrana/El%20turismo%20rural%20una%20modalidad%20creciente%20de%20turismo.pdf>

Riquelme, M. (1 de diciembre de 2022). *Oferta (tipos, definición, características y la ley de oferta)*. <https://www.webyempresas.com/oferta/>

Riveros, H., & Blanco, M. (2 de junio de 2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la industria rural como mecanismo de desarrollo local* . <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2275.pdf>

Rodríguez, G. (2001). *El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-57852019000100062

Ruiz, L. (22 de Mayo de 2019). *Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística*. <https://psicologiyamente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>

Sanfeliciano, A. (13 de octubre de 2022). *Enfoque cuantitativo de los diseños de investigación*. <https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>

Segrelles, J. (2017). *La multifuncionalidad rural: realidad conflictiva en la Unión Europea, mito en América Latina*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342018000701494&script=sci_arttext_plus&tlng=es

Socateli, M. (noviembre de 2013). Extracto del libro: Mercadeo aplicado al turismo. La Comercialización de servicios - productos y destinos turísticos sostenibles. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>

Solsona Monsonis, J. (1999). El turismo rural en la comunidad Valenciana. Análisis y planificación. Aplicación al Alto Mijares”, Sociedad Castellonense de Cultura, serie de estudios económicos, Castelló de la Plana. <http://saberesholivianos.com/investigadores/vzambrana/El%20turismo%20rural%20una%20modalidad%20creciente%20de%20turismo.pdf>

Sparrer, M. (11 de enero de 2003). *Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa*. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39801112.pdf>

Tesis y másters. (2023). *¿Qué son las técnicas de investigación? Tipos y ejemplos*. <https://tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/>

Thompson, I. (mayo de 2006). *Definición de oferta*. <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html#:~:text=Para%20Laura%20Fisher%20y%20Jorge,son%20las%20cantidades%20de%20una>

Tipos de Investigación . (2023). *Instrumentos de Investigación – Características, Tipos y Ejemplos*. <https://tiposinvestigacion.com/instrumentos-investigacion/>

Universidad la Concordia . (28 de julio de 2020). *Conoce 4 tecnicas de investigacion que son ideales para universitarios* . <https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,conocimiento%20para%20resolver%20nuestras%20preguntas>.

UNWTO . (2004). *Glosario de termino de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Valencia, S. (2014). *El turismo ¿Qué se entiende por turismo?* <https://slideplayer.es/slide/165746/>

Velázquez Castro, J. A. (30 de septiembre de 2020). *Agricultura multifuncional: relevancia para el turismo en México*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342018000701494&script=sci_arttext_plus&tlng=es

Velázquez, A. (2023). *Investigación no experimental: Qué es, características, ventajas y ejemplos*. https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/#que_es_la_investigacion_no_experimental

Vive tungurahua . (2022). *Tisaleo turismo*. Tradiciones y turismo en Tisaleo: <https://tungurahuatourismo.com/es-ec/tungurahua/tisaleo/ciudades/tisaleo-turismo-a16fc2e99>

Web del maestro. (2015 - 2022). *Tipos de métodos investigación y diseño de investigación* . <https://webdelmaestrocmf.com/portal/tipos-de-metodos-investigacion-y-diseno-de-investigacion/>

Yadira, M. (2016). *Análisis oferta y demanda y su incidencia en determinar los precios en bienes o servicios de la economía* . <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9009/1/ECUACE-2016-EC-CD00014.pdf>

Zamora, F. (2007). *Turismo alternativo* . Turismo alternativo servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural,; <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/03/Turismo-Alternativo-Servicios-Tur%3%ADsticos-Diferenciados-de-Francisco-M.-Zamorano.pdf>

Anexos

Anexo 1. Total de frecuencia de la encuesta aplicada

Características del agroturismo	Potencializado					Total de frecuencias
	Nada (1)	Casi nada (2)	Poco (3)	Bastante (4)	Mucho (5)	
¿Cuál es el principal cultivo agrícola que produce?	Mora (32)	Fresa (12)	Papas (0)	Frutales (0)	Alfalfa(12)	56
¿Cuál es la principal actividad pecuaria?	Porcino (0)	Bobino (0)	Cuyes (36)	Conejos (16)	Aves (4)	56
¿Está involucrado en alguna actividad turística?	48	8	0	0	0	56
¿Podría ofrecer al visitante la degustación de algún plato típico de la zona?	0	0	0	12	44	56
¿Podría ofrecer el servicio de alojamiento en viviendas rurales?	0	4	8	8	36	56
¿Podría ofrecer el servicio de camping?	0	4	8	12	32	56
¿Podría involucrar al visitante en las actividades agrícolas y pecuarias?	0	0	16	8	32	56
¿Posee habilidades para realizar una interpretación agroturística?	0	4	0	20	32	56

¿Su granja dispone de señalética adecuada relacionada con agroturismo?	32	4	12	4	4	56
¿Estaría dispuesto a recibir capacitación para la práctica del agroturismo?	4	0	0	16	36	56
¿La Asociación San Luis cuenta con el apoyo de una Organización no Gubernamental (ONG) o alguna otra institución?	20	4	32	0	0	56
Seleccione el medio de promoción para promocionar el agroturismo de la Asociación San Luis	Revista digital (8)	Revista física impresa (8)	Página web (28)	Redes sociales (8)	Aplicación tecnológica (4)	56

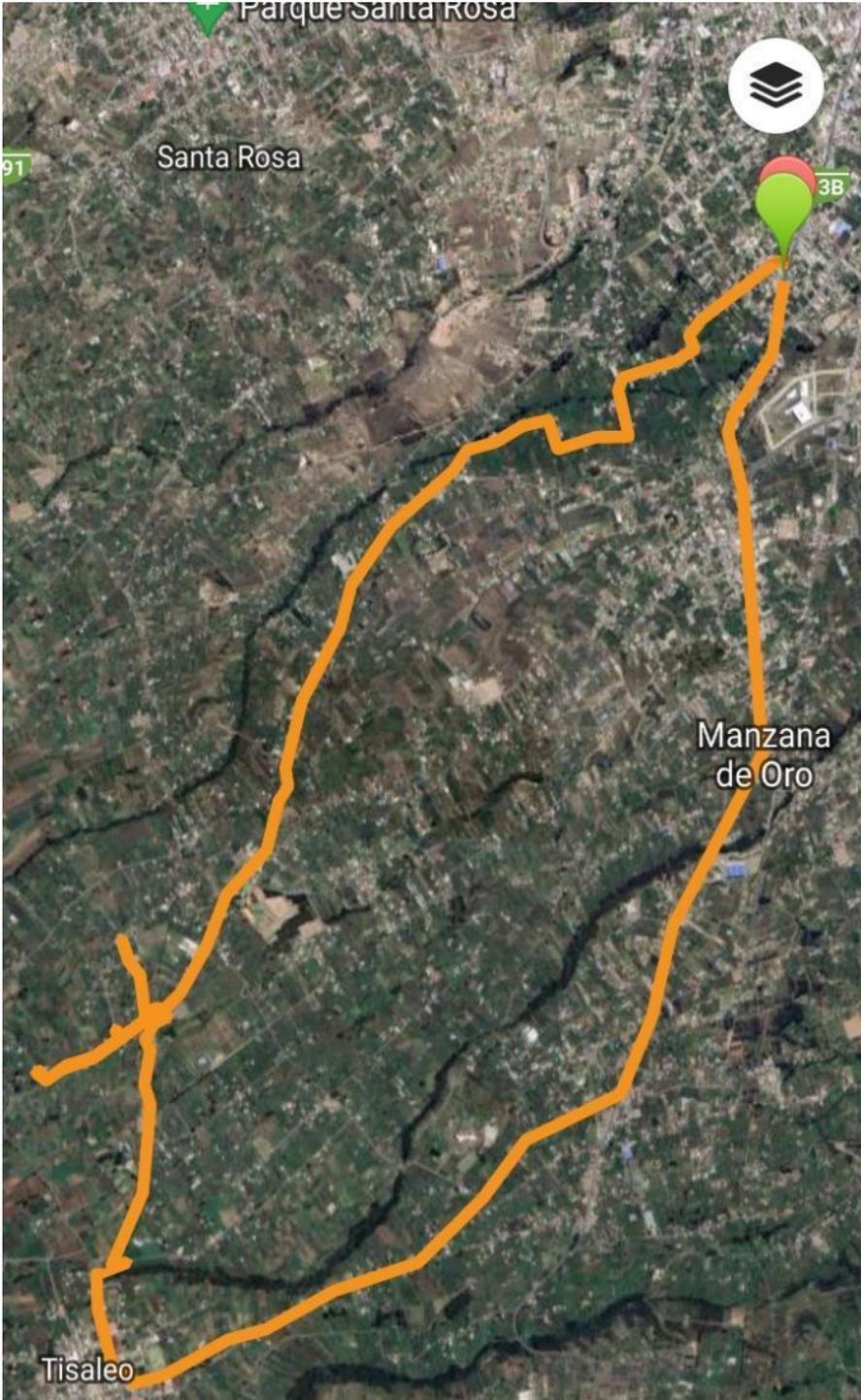
Anexo 2. Aplicación de la encuesta a los socios de la Asociación San Luis de Tisaleo







Anexo 3. Ruta trazada por la aplicación Wikiloc



Anexo 4. Fanpage



Agroturismo San Luis de Tisaleo

Asociación San Luis de Tisaleo se dedican al cultivo de mora, fresa y crianza de cuyes, conejos y aves

Editar presentación
 Editar detalles
 Agregar pasatiempos
 Agregar destacados

Fotos [Ver todas las fotos](#)

Amigos [Ver todos los amigos](#)

¿Que estas pensando?

Video en vivo Foto/video Acontecimiento importante

Publicaciones [Filtros](#) [Administrar publicaciones](#)

[Vista de lista](#) [Vista de cuadrícula](#)

Agroturismo San Luis de Tisaleo
 13 min · [Ver perfil](#)

Criadero de Cuyes
 Señora Veronica Salazar

Me gusta Comentar Compartir

Agroturismo San Luis de Tisaleo

Asociación San Luis de Tisaleo se dedican al cultivo de mora, fresa y crianza de cuyes, conejos y aves

Editar presentación
 Editar detalles
 Agregar pasatiempos
 Agregar destacados

Fotos [Ver todas las fotos](#)

Amigos [Ver todos los amigos](#)

Plantación de fresas
 Hermanos Guerrero

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

Agroturismo San Luis de Tisaleo
 19 min · [Ver perfil](#)

Plantación de mora
 Señora Carmita Lara

Me gusta Comentar Compartir

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Meta © 2023