

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA**



**CARRERA: GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: INGENIERA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TEMA: “DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA  
PARROQUIA DE PINTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE  
PICHINCHA”**

**AUTORA: DAISY ESTEFANÍA REVELO CHÁVEZ**

**TUTOR: JESSICA PATRICIA MEDINA VILLACRÉS MSC.**

**QUITO – 2019**

## DECLARACIÓN JURAMENTADA



**DOCTORA PAOLA ANDRADE TORRES  
NOTARÍA CUADRAGÉSIMA DE QUITO**

**DECLARACIÓN JURAMENTADA  
QUE OTORGA  
DAISY ESTEFANIA REVELO CHAVEZ  
CUANTÍA: INDETERMINADA  
(DI: 2ª; COPIAS)**

**A.Z**

**Escritura No.- 20191701040P02896**

En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, capital de la República del Ecuador, hoy día NUEVE (09) de JULIO el año dos mil diecinueve, ante mí, Doctora PAOLA ANDRADE TORRES, Notaria Cuadragésima de Quito, comparece con plena capacidad, libertad y conocimiento a la celebración de la presente escritura la señorita **DAISY ESTEFANIA REVELO CHAVEZ** por sus propios y personales derechos. La compareciente declara ser de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil soltera, de ocupación estudiante, domiciliada en la Urbanización La Armenia II de la ciudad de Quito, con número telefónico de contacto 0987840053 y correo electrónico dais454@hotmail.com, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, a quien de conocer doy fe por haber convalidado, con su expreso consentimiento, la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana, cuya impresión se agrega como habilitante. Advertida la compareciente por mí la Notaria de los efectos y



Drp. Paola Andrade Torres

resultados de esta escritura, así como examinada que fue en forma aislada y separada de que comparece al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, de conformidad con las leyes vigentes, y de las penas por perjurio, bajo juramento, por su honor, declara: Yo, DAISY ESTEFANIA REVELO CHAVEZ, estudiante de la Universidad Metropolitana de Quito "UMET", declaro en forma libre y voluntaria que la presente Tesis de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras que versa sobre el tema "DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE PINTAG, CANTON QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA", así como el contenido de la misma es de mi autoría, y no ha sido presentada previamente para ningún grado o calificación profesional, y la he realizado en base a estudios, recopilación bibliográfica, consultas bibliográficas y de campo. Además declaro que cedo los derechos y el contenido de la presente tesis a la Universidad Metropolitana de Quito, para que sirva de fuente de información y conocimiento para utilidad académica universitaria. En consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.- **HASTA AQUÍ EL CONTENIDO DE LA DECLARACIÓN JURAMENTADA** que junto con los documentos anexos que se incorporan queda elevada a escritura pública con todo el valor legal, y que la compareciente acepta en todas y cada una de sus partes, para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos

DOCTORA PAOLA ANDRADE TORRES  
NOTARÍA CUADRAGÉSIMA DE QUITO



y requisitos previstos en la ley notarial; y, leída que le fue a la compareciente por mí la notaria, se ratifica y firma conmigo en unidad de acto quedando incorporada en el protocolo de esta notaria, de todo cuanto doy fe.-

*[Signature]*  
f) DAISY ESTEFANIA REVELO CHAVEZ  
CC.- 172741875-1

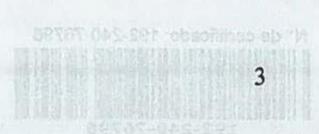


*[Signature]*

*[Signature]*



Dra. Paola Andrade Torres



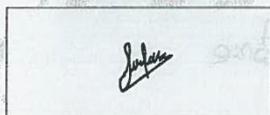


**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación



Dirección General de Registro Civil,  
Identificación y Cedulación

## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



**Número único de identificación:** 1722418751

**Nombres del ciudadano:** REVELO CHAVEZ DAISY ESTEFANIA

**Condición del cedulado:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/PICHINCHA/QUITO/GONZALEZ  
SUAREZ

**Fecha de nacimiento:** 23 DE MARZO DE 1993

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** SUPERIOR

**Profesión:** TECNÓLOGA

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** REVELO GONZALEZ MILTON ARMANDO

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Nombres de la madre:** CHAVEZ GAIBOR MERCEDES BLANCA

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Fecha de expedición:** 30 DE ABRIL DE 2019

**Condición de donante:** SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 9 DE JULIO DE 2019

Emisor: MARGARITA ALEJANDRA ZABALA YACELGA - PICHINCHA-QUITO-NT 40 - PICHINCHA - QUITO

N° de certificado: 192-240-76796



192-240-76796

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



INSTRUCCION SUPERIOR TECNOLÓGICA  
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE: **REVELO GONZALEZ MILTON ARMANDO**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE: **CHAVEZ GABOR MERCEDES BLANCA**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: **PLIMBIAHUI 2018-08-30**  
 FECHA DE EXPIRACIÓN: **2028-04-30**

PROFESION / OCUPACION: **TECNÓLOGA**

W3484442

IGN 18 02 1064 03 104

REPÚBLICA DEL ECUADOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
 IDENTIFICACIÓN Y CEBULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES: **REVELO CHAVEZ DAISY ESTEFANIA**  
 LUGAR DE NACIMIENTO: **PICHINCHA**  
 CIUDAD: **QUITO**  
 GONZALEZ SUAREZ  
 FECHA DE NACIMIENTO: **1993-03-28**  
 NACIONALIDAD: **ECUATORIANA**  
 SEXO: **MUJER**  
 ESTADO CIVIL: **SOLTERO**

Nº 172241875-1

ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS  
**2019**

CIUDADANATO  
 ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRABO EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

*Paola*  
 PRESIDENTA DE LA IRY

CERTIFICADO DE VOTACION  
 24 - MARZO - 2019

0076 F 0075 - 204 1722418751

REVELO CHAVEZ DAISY ESTEFANIA  
 APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: **PICHINCHA**  
 CANTON: **QUITO**  
 CIRCUNSCRIPCIÓN: **PARROQUIA CONOCOTO**  
 ZONA: **1**



Dra. Paola Andrade Torres

RAZON: De conformidad con el numeral cinco del Artículo dieciocho de la Ley Notarial doy fe que las COPIAS FOTOSTATICAS que anteceden, SELLADAS Y FIRMADAS por mí, es reproducción exacta del ORIGINAL que he tenido a la vista

Quito.

69 JUL 2019

Dra. PAOLA ANDRADE TORRES

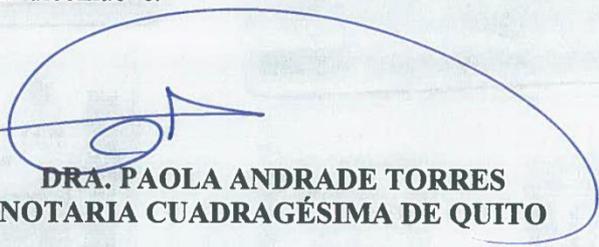


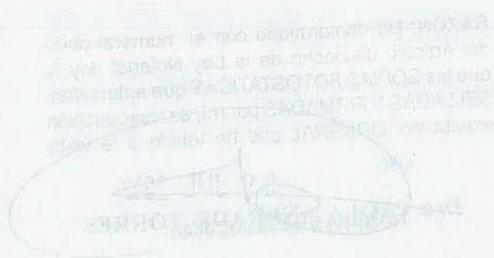
Dra. Paola Andrade Torres

Se otorgó ante mí, en fe de ello confiero esta **SEGUNDA COPIA CERTIFICADA**, firmada y sellada en Quito, nueve de julio del año dos mil diecinueve.



Dra. Paola Andrade Torres

  
**DRA. PAOLA ANDRADE TORRES**  
**NOTARIA CUADRAGÉSIMA DE QUITO**



## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Msc. Jessica Patricia Medina Villacrés en calidad de director del trabajo de investigación.

### CERTIFICA

Que el trabajo de investigación para optar el título de Ingeniería en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras, cuyo título es “**DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE PINTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**”, elaborado por la señorita: Daisy Estefanía Revelo Chávez, con C.I 1722418751, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que siga el proceso de graduación de acuerdo al reglamento de la Universidad Metropolitana del Ecuador.

Msc. Jessica Patricia Medina Villacrés

ASESOR

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Daisy Estefanía Revelo Chávez, con número de cedula 1722418751, declaro que:

El presente trabajo de investigación es "**DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**", fue realizado con mi autoría. No ha sido presentado para defensa de tesis ni área profesional de otra persona.

Así mismo, declaro haber realizado consultas, investigaciones de referencias bibliográficas y todo lo necesario para realizar y presentar el mismo.

Atentamente.



Daisy Estefanía Revelo Chávez

C.I. 1722418751

## CESIÓN DE DERECHOS

El trabajo de investigación con el tema "**DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE PINTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**", con la autoría de Daisy Estefanía Revelo Chávez, manifiesto en forma libre y voluntaria lo siguiente:

Cedo los derechos de tesis a la Universidad Metropolitana y que el contenido sirva de fuente de información y conocimiento para el bienestar universitario.

Atentamente.



Daisy Estefanía Revelo Chávez

C.I. 1722418751

## DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de mis estudios quiero dedicar esta tesis primeramente a Dios y de igual manera a mis padres Armando Revelo y Mercedes Chávez los cuales me han apoyado incondicionalmente para cumplir las metas planteada.

También se la dedico a mi Abuelita que ahora está cuidándome desde el cielo ella fue una persona luchadora y me enseñó a no dejarme vencer frente a las adversidades.

De igual manera dedico esta tesis a todas las personas que de una o otra forma me ayudaron en este proceso.

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios por permitir culminar una etapa más de mis estudios él me ha dado la suficiente fortaleza para no decaer y alcanzar las metas planteadas, por conocer a personas que me han apreciado y han sido parte de todo este proceso.

A mis padres por apoyarme y estar conmigo en todo momento por su paciencia, amor y por sus palabras de aliento que siempre me mantuvieron firme frente a los obstáculos que se me han presentado ellos han sido el eje primordial en mi vida.

A mi mejor amiga Mónica Inlago por ser una persona extraordinaria conmigo por ofrecerme su amistad sincera y apoyarme incondicionalmente.

De igual manera expreso mis agradecimientos a mi tutora de tesis, la MSc Patricia Medina quien me supo guiar durante todo este proceso, como también a mis profesores, los cuales me acompañaron con sus enseñanzas durante toda mi formación profesional.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DECLARACIÓN JURAMENTADA .....</b>	<b>II</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD .....</b>	<b>IX</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS .....</b>	<b>X</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>XI</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>XII</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>XIII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>XVII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>RESUMÉN .....</b>	<b>XIX</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XX</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
Objetivo General.....	2
Objetivos específicos.....	3
Líneas de investigación .....	3
Modalidad de Investigación .....	4
Métodos de investigación .....	5
Histórico Lógico.....	5
Revisión Bibliográfica.....	5
Método teórico .....	5
Método sistémico .....	6
Método estructural .....	6
Método estadístico .....	6
Método empírico .....	7
Modalidad de investigación .....	7
Técnicas de investigación.....	7
Observación.....	7
Entrevista .....	7
Instrumentos de recolección de datos.....	7
Guía de observación .....	8

Cuestionario.....	8
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>9</b>
<b>1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>9</b>
1.1. Antecedentes teóricos .....	9
1.2. Agroturismo en el Ecuador .....	10
1.3. Marco Conceptual.....	12
1.3.1. Turismo .....	12
1.3.2. Sistema turístico.....	13
1.3.3. Infraestructura turística .....	13
1.3.4. Superestructura turística .....	14
1.4. Demanda .....	15
1.5. Oferta.....	17
1.6. Espacio Geográfico .....	17
1.7. Operadores de Mercado.....	18
1.8. Marketing Turístico .....	18
1.9. Agroturismo .....	19
1.9.2. Turista .....	20
1.10. Producto Turístico.....	20
1.11. Productos de Agroturismo .....	22
1.11.1. Diseños para la Elaboración de Productos Turísticos.....	23
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>27</b>
<b>2. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>27</b>
2.1. Procedimiento metodológico para el diseño del producto de agroturismo en la parroquia de Píntag .....	27
2.2. Metodología 1 .....	28
2.2.1. Fase I. Identificación y análisis de la demanda .....	28
2.2.2. Fase II. Diseño del producto .....	29
2.2.3. Fase III: Estudio de Vialidad .....	30
2.3. Metodología 2.....	32
2.3.1. Etapa I: Planificación.....	32
2.3.2. Etapa II: Implementación .....	34
2.3.3. Etapa III: Comercialización y Marketing. ....	34
2.4. Metodología 3.....	35
2.5. Consideraciones de la metodología adoptada.....	36

2.5.1. Generales.....	36
2.5.2. Específicas.....	36
2.5.3. Excepciones.....	37
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>38</b>
<b>3. PROPUESTA.....</b>	<b>38</b>
3.1. Generalidades .....	38
3.1.1. Límites .....	38
3.1.2. Población .....	39
3.1.3. Costumbres y Tradiciones .....	39
3.1.4. Gastronomía .....	40
3.1.5. Turismo .....	40
3.1.6. Aspecto Cultural.....	40
3.1.7. Actividad Económica.....	41
3.1.8. Aspectos Históricos.....	41
3.2. Fase 1.....	42
3.2.1. Segmentación de Mercado .....	42
3.2.2. Demográfico.....	42
3.2.3. Pictográficos.....	43
3.2.4. Conductual.....	43
3.3. Fase 2.....	43
3.3.1. Identificación de los Recursos y Atractivos Turísticos.....	43
3.3.2. Generación de Ideas.....	45
3.3.3. Actividades a realizar .....	46
3.3. Caracterización y prueba del concepto producto .....	48
3.3.4. Selección de atractivos turísticos .....	49
3.3.5. Planta Turística .....	50
3.3.6. Superestructura Turística.....	54
3.3.7. Organizaciones Involucradas.....	55
3.3.8. Producto de agroturismo.....	57
3.3.9. Integración de oferta Turística, vinculación con el agroturismo.....	58
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>60</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>69</b>

<b>Anexo 2 .....</b>	<b>70</b>
<b>Anexo 3 .....</b>	<b>71</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Plan de la metodología empleada .....	4
Tabla 3. Cuadro comparativo de las metodologías. ....	27
Tabla 4 Etapas de desarrollo de un producto turístico .....	32
Tabla 5 Recursos y Atractivos de la Parroquia de Pintag .....	44
Tabla 6 Descripción de Atractivos .....	45
Tabla 7 Actividades a realizar según el destino .....	47
Tabla 8 Selección de atractivos turísticos .....	49
Tabla 9. Establecimientos de alojamiento .....	51
Tabla 10. Sitios de servicios de alimentación.....	52
Tabla 11. Infraestructura básica de la parroquia Píntag.....	53
Tabla 12 Organizaciones Involucradas .....	55
Tabla 13. Detalle de Producto agro turístico .....	56
Tabla 14. Descripción del Paquete Agro turístico .....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Problema de Investigación .....	2
Figura 2 Líneas de investigación.....	3
Figura 3 Actividades del Agroturismo.....	20
Figura 4 Procedimiento metodológico para el diseño del producto de agroturismo .	28
Figura 5 Metodología para la elaboración de un producto turístico.....	35
Figura 6 Límites de la Parroquia Pintag .....	39
Figura 7 Logotipo del producto agro turístico .....	48

## RESUMÉN

El presente proyecto, se planteó con el objeto de conocer la forma de diseñar un producto de agroturismo en la Parroquia de Pintag, por lo que inició desde la fundamentación teórica del tema de investigación en base al criterio de diversos autores tomados de fuentes bibliográficas – documentales. En cuanto a la metodología tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, método (teórico, sistémico, empírico), aplicando la encuesta a una muestra de 381 turistas que visitan la parroquia y la entrevista a un representante de la Junta parroquial. Respecto al procedimiento para el diseño del producto de agroturismo se utilizó dos fases: identificación de la demanda y diseño del producto. Posteriormente, se diseñó la propuesta para elaborar un producto de agroturismo, en la que se identificó que la mayoría conoce Pintag, realizaría agroturismo, visitaría trimestralmente, permanecería entre 3 – 5 días acompañado de familia, pareja y amigos; preferiría los agroindustriales, artesanales y la gastronomía del local. En la entrevista se conoció que se debe actualizar el plan, gestionar adecuadamente el presupuesto, falta de una propuesta agroturística para mejorar las condiciones de vida de la población, pues, existen atractivos que se pueden aplicar en las actividades de agroturismo. Asimismo, se efectuó el análisis interno a través de los recursos agroturísticos (alojamiento, establecimiento de alimentación, atractivos, superestructura, accesibilidad, transporte, actividades agroindustriales). En el análisis externo se estudió la competencia y entornos (económico, político, legal, tecnológico, social, cultural, natural), incluyendo en diagnóstico FODA, estructura y descripción del producto agro turístico.

**Palabras claves:** Agroturismo, producto, turismo, Pintag

## ABSTRACT

The present project has as design a product of agrotourism in the Parish of Pintag, reason why it initiated from the theoretical foundation of the investigation subject based on the criterion of diverse authors taken from bibliographical - documentary sources. Regarding the methodology has a qualitative and quantitative approach, method (theoretical, systemic, empirical), applying the survey to a sample of 381 tourists who visit the parish and the interview to a representative of the Parish Board. Regarding the procedure for the design of the agro-tourism product, two phases were used: identification of the demand and design of the product. Afterwards, the proposal was designed to elaborate a product of agrotourism, in which it was identified that the majority know Pintag, would make agro-tourism, visit quarterly, stay between 3 - 5 days accompanied by family, couple and friends; I would prefer agro-industrial, artisanal and local gastronomy. In the interview it was known that the plan should be updated, properly manage the budget, lack of an agrotourism proposal to improve the living conditions of the population, because there are attractions that can be applied in agrotourism activities. Likewise, the internal analysis was carried out through agrotourism resources (accommodation, food establishment, attractions, superstructure, accessibility, transportation, agro-industrial activities). In the external analysis, the competence and environments (economic, political, legal, technological, social, cultural, natural) were studied, including in the SWOT diagnosis, structure and description of the agro-tourism product.

**KEY WORDS:** Agrotourism, Swot, product, tourism, Pintag

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador posee un abanico de zonas con gran atractivo turístico, que se destacan por su variada cultura, gran biodiversidad y arquitectura colonial. Ecuador no ha sido ajeno estas oportunidades, por lo que en la actualidad el turismo emerge como una de las actividades más dinámicas, basados en desarrollo sustentable y sostenible

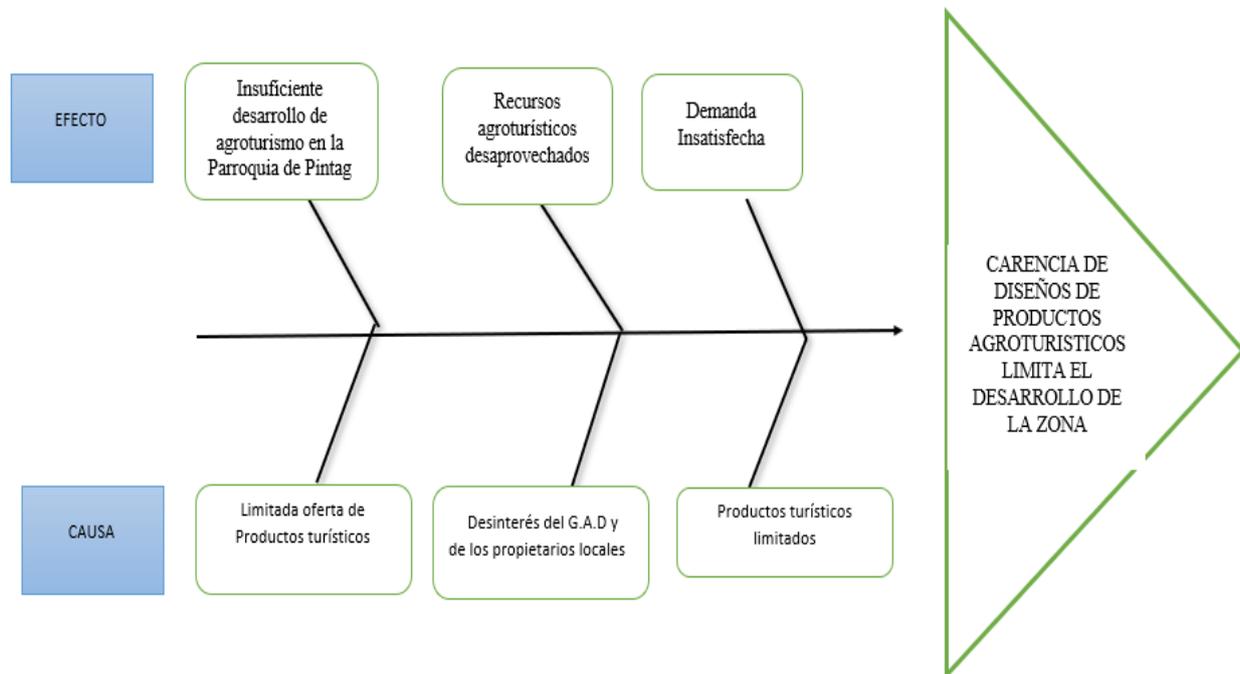
El gobierno se ha concentrado en promover un turismo sostenible que se enfoca en aprovechar racionalmente los recursos y de su conservación, para generaciones futuras fomentando principios éticos.

El Agroturismo es una actividad que surge como alternativa económica de los sectores rurales de manera planificada y sostenible, permitiendo que el turista se involucre en actividades agrícolas y que esté basada en la participación activa de propietarios locales.

La parroquia de Píntag se encuentra ubicada en Ecuador, provincia de Pichincha al sur del cantón Quito cerca del valle de los Chillos limita al norte con las parroquias de Pifo, Alangasi y la Merced al sur con el Cantón Mejía, al este con la Provincia de Napo y al oeste con el Cantón Rumiñahui esta parroquia posee exuberante vegetación y gran variedad de atractivos.

El GAD parroquial de Píntag presenta una deficiente gestión en cuanto a las propuestas de productos agro turísticos, que ayuden al crecimiento de la actividad turística puesto que no ha logrado impulsar y fomentar este tipo de modalidad turística , por lo que es necesario desarrollar un producto de agroturismo tomando en cuenta que la zona es netamente agrícola y ganadera ya que cuenta con varias haciendas que poseen ganado bobino, así como cultivos de productos como maíz, hortalizas, papas, habas permitiendo posicionarlo en el mercado turístico como una oportunidad para el crecimiento económico de la zona permitiendo generar plazas trabajo , apoyando al cambio de la matriz productiva, colocándolo en competencia con destinos que posean similares características, permitiendo identificar la demanda turística que visita la Parroquia.

La falta de iniciativa por parte de entidades públicas y privadas ha llevado a cabo la carencia de actividades agro turísticas dentro de la zona las cuales se han dedicado únicamente a la agricultura y ganadería sin tomar en cuenta la actividad turística.



**Figura 1 Problema de Investigación**  
Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

Se pudo constatar la existencia de una **situación problemática** la cual es: Carencia de diseños de productos agro turísticos, limita el desarrollo de la zona.

Se establece como **formulación del problema**: ¿Cómo fomentar el desarrollo del agroturismo en la Parroquia de Pintag?

Se establece como **Objeto de estudio** "Diseño de productos agro turísticos"

### Objetivo General

- Diseñar un producto agro turístico para potenciar la oferta turística en la Parroquia de Pintag.

## Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el proceso del diseño de un producto de agroturismo en la parroquia de Píntag.
- Determinar la estructura metodológica para el Diseño de un producto de agroturismo.
- Proponer un producto de agroturismo en la Parroquia de Píntag con la finalidad de promover el turismo en el sector.

Se utilizaron para la investigación varios métodos de investigación los cuales se detallan más adelante de la presente investigación. El método sistémico estructural para el diseño del producto turístico; que permitió definir sus componentes y relaciones sistémicas. Se emplearon métodos empíricos y técnicas como la observación, entrevistas a los actores sociales para la obtención de información. Esta investigación como **aporte practico**, se concreta en la propuesta de un producto que posea características y componentes necesarios para que sea posicionado en el mercado permitiendo aprovechar todos los recursos turísticos que posee la Parroquia de Píntag.

## Líneas de investigación

LÍNEAS DE INVETIGACIÓN	
<b>Tema:</b> Diseño de un producto de agroturismo en la Parroquia de Píntag, Cantón Quito, Provincia de Pichincha	
<b>Línea de investigación de la escuela de turismo</b> Línea 1: Desarrollo de servicios turísticos y hoteleros, Programa 1: Desarrollo e implementacion de servicios turísticos y accesibilidad hotelera	<b>Línea de investigación UMET</b> Línea 3: Utilización del cuidado, conservación y protección del entorno natural y patrimonio Programa 8: Biodiversidad, gestión de ecosistemas, medio ambiente y desarrollo sostenible

**Figura 2 Líneas de investigación**  
**Fuente: (Universidad Metropolitana, 2016)**  
**Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

## Modalidad de Investigación

Para el diseño de un producto de agroturismo en la parroquia de Píntag, del cantón Quito, provincia de Pichincha, se define el marco metodológico que se convierte en la guía para el desarrollo del trabajo investigativo. El estudio parte de un enfoque mixto, de tipo descriptivo y en base a los métodos teóricos, sistémicos y empíricos. Se combina información por medio de la investigación bibliográfica y de campo, por medio de la aplicación de técnicas como la observación, entrevistas a los actores sociales y encuestas al mercado objetivo.

La formulación del problema de investigación se refleja en la necesidad de ofertar un producto de agroturismo en la parroquia de Pintag; teniendo por objeto de estudio al proceso de diseño del producto de agroturismo, a fin de diseñar un producto de agroturismo, lo que permitirá el fomento y la promoción de la actividad turística del sector.

**Tabla 1. Plan de la metodología empleada**

Objetivo General	Objetivos específicos	Métodos	Resultados
<b>Diseñar un producto de agroturismo en la Parroquia de Píntag.</b>	Fundamentar teóricamente el proceso del diseño de un producto de agroturismo en la parroquia de Píntag	Método histórico lógico y bibliográfico	Fundamentación teórica en torno al producto.
	Determinar la estructura metodológica para el Diseño de un producto de agroturismo.	Método estructural, teórico sistémico	Estructura metodológica definida del producto agro turístico.
	Elaborar un producto de agroturismo	Método estadístico, empírico y de observación científica.	Producto agro turístico para la parroquia Píntag.

**Elaborado: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

Para la realización de este proyecto utilizaremos métodos de estudio cuyas características nos permitan recolectar datos esenciales y relevantes para el sustento del proyecto.

En el primer objetivo se utilizó los métodos de revisión bibliográfica y Histórico-Lógico lo que permitió recopilar conceptualizaciones de varios autores sobre el objeto de estudio.

En el segundo objetivo se utilizó los métodos teórico, sistémico y estructural que permitió elegir la metodología más acorde para el diseño del producto turístico y la estructura determinada para dicha investigación.

El tercer objetivo se utilizó el método empírico el que permitió recopilar información primaria u obtenida directamente del objeto de estudio y el método estadístico el cual consiste en recopilar una secuencia de procedimientos con el objeto de manejar los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

### **Métodos de investigación**

Los métodos utilizados para el desarrollo de la investigación son los siguientes:

#### **Histórico Lógico**

Este método fue usado para conocer la trayectoria histórica que ha tenido los productos agro turísticos en el Ecuador además fundamenta teóricamente conceptos relacionados con el objeto de estudio.

#### **Revisión Bibliográfica**

Con este método se recolecta información que ya fue verificada en su pretérito con el fin de conceptualizar términos que serán utilizados para desarrollar el marco teórico. Se toma información de libros, páginas web, archivos pdf, revistas digitales, etc.; que ayudaron a fundamentar términos técnicos utilizados para el desarrollo de la metodología del producto agro turístico.

#### **Método teórico**

El método teórico se encarga del establecimiento de las relaciones y cualidades que posee el objeto investigativo. Para lograr esto se emplea el análisis y síntesis de la información, así como la deducción e inducción. Toda la información recopilada necesita ser organizada, seleccionada para realizar una abstracción y se pueda explicar (Muñoz, 2015).

### **Método sistémico**

Este método se enfoca en relacionar y agrupar diferentes aspectos que se encuentran dispersados para la construcción de una teoría y/o planteamiento de una hipótesis. Al mismo tiempo favorece la comprensión sistémica de un determinado tema o situación (Rodríguez & Pérez, 2017).

El método sistémico ayuda a obtener una comprensión integral sobre el diseño de un producto de agroturismo en la parroquia de Pintag; y a partir de allí buscar y reunir información de distintos autores sobre un tema específico, con la finalidad de construir propios argumentos de cada uno de los contenidos tratados en el marco teórico. Del mismo modo para tener una base metodológica para el desarrollo de la propuesta.

### **Método estructural**

Es método que permite realizar un análisis investigativo basado en la reflexión colectiva. Es decir, permite describir un procedimiento a través de una matriz que relaciona con todos los elementos constitutivos. La principal función de este método es mostrar las más importantes variables influyentes y dependientes del sistema que se está analizando. Básicamente es un instrumento que sirve para la estructuración y organización de las ideas. En mucho de los casos es utilizado para ayudar a reflexionar y tomar la decisión correcta para poder realizar una actividad o proyecto (González Ó. , 2003).

Con este método se buscó la estructura de cómo realizar un producto agro turístico teniendo como exponente la metodología de Gricelia Gómez

### **Método estadístico**

Este método, consiste en recopilar una secuencia de procedimientos con el objeto de manejar los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Esto con el objeto de comprobar una parte de la realidad de una o varias consecuencias deducidas de la investigación. Este método contiene etapas de recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis de los resultados para poder relacionarlo al tema de investigación (García, Ramos, & Ruiz, 2006).

## **Método empírico**

Estos métodos parten de la experiencia y contribuyen a la generación del conocimiento de las características y relaciones que tiene el objeto de estudio. Dentro del método empírico existe la observación científica, la medición (obtener datos numéricos) y el experimento (Aguirre & Jaramillo, 2015).

Se emplea este método para la recogida de información primaria u obtenida directamente del objeto de estudio. La observación se aplica para realizar una percepción de la realidad actual de la parroquia Pintag, con respecto al agroturismo. En cambio, la medición se orienta a recopilar información numérica, que en este caso es a la población del cantón Quito.

## **Modalidad de investigación**

### **Técnicas de investigación**

#### **Observación**

Es necesario aplicar una observación en la parroquia de Píntag para conocer las fortalezas y debilidades que posee la zona, a nivel de infraestructura, población habitante, actividades económicas a las que se dedican, acceso a servicios básicos, entre otros.

#### **Entrevista**

La entrevista se aplica a un representante del GAD parroquial de Píntag, con la finalidad de conocer cómo se mantiene organizado el sector turístico, principales actividades económicas, tipo de apoyo que brindan a los productores y la existencia o no de proyectos de agroturismos. Toda esta información sirve para identificar un panorama de agroturismo y diseñar estrategias para impulsar la actividad turística, aprovechando las bondades que posee la zona.

### **Instrumentos de recolección de datos**

Para aplicar las técnicas de investigación se aplican los siguientes instrumentos:

### **Guía de observación**

Esta guía se utiliza para la aplicación de la técnica de la observación, que se realiza directamente en la parroquia de Píntag. La información recopilada ha sido útil para el planteamiento del problema y para tener una idea general de las condiciones en las que se encuentra la parroquia.

### **Cuestionario**

El cuestionario se utiliza para la aplicación de la técnica de la entrevista y de la encuesta. En el caso de la entrevista se estructura una serie de preguntas abiertas que permitan recoger información detallada de la autoridad del GAD parroquial. Para la encuesta se diseñan preguntas cerradas, de opción múltiple, con la finalidad de facilitar el procesamiento estadístico.

## CAPÍTULO I

### 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antes del desarrollo de la fundamentación teórica es necesario seleccionar y organizar un contenido con temas específicos en torno al tema en estudio, con el objeto de recabar conceptualizaciones y definiciones teóricas basadas en libros de diversos autores. Mediante la fundamentación teórica se ampliará el conocimiento para el desarrollo de la investigación.

#### 1.1. Antecedentes teóricos

El primer trabajo corresponde a (Salgado, 2010) quien realizó “Propuesta estratégica para impulsar la actividad turística en la Parroquia de Pintag, Cantón Quito” para el cual tuvo como objetivo elaborar una Propuesta Estratégica para Impulsar las Actividades Turísticas de la Parroquia de Pintag que permita involucrar a la comunidad, utilizando los atractivos turísticos, costumbres y tradiciones en base a la correcta utilización y conservación de los mismos, la metodología propuesta se fundamentó en revisión bibliográfica y en aplicación de varios métodos como son: analítico, deductivo, inductivo, sintético.

En su estructura y desarrollo se toma en cuenta la valoración de la gestión turística mediante la matriz FODA para identificar estrategias dirigidas a potenciar los recursos naturales y culturales que caracterizan el área objeto de estudio. El estudio de mercado fue indispensable para conocer la oferta y la demanda actual y potencial.

En consecuencia, en el proyecto se resalta el análisis del sistema turístico, en el cual se conocen los diferentes recursos o sitios turísticos, esto con el objeto de identificar los lugares con mayor potencial turístico, entre los que se destacan sitios arqueológicos, fiestas, ecoturismo, haciendas y arquitectura de la parroquia Pintag.

El segundo trabajo corresponde a (Aldaz, 2017) quien realizó “Plan de desarrollo turístico alternativo para la parroquia de Pintag” para el cual tuvo como objetivo Elaborar un plan de desarrollo de turismo alternativo, los métodos que se utilizaron en la investigación fueron el inductivo, deductivo, histórico lógico.

En la investigación se analiza temas como el levantamiento de atractivos turísticos, planta turística y superestructura la cual abarca subtemas como es infraestructura, vías de acceso y la condición actual en la que se encuentra a Parroquia de Pintag.

Se tomó en cuenta a la población de Pintag para el cálculo de la muestra y posteriormente se realizaron encuestas, en su estructura y desarrollo se toma en cuenta la valoración de la matriz FODA la cual permite identificar los aspectos positivos y negativos de la presente investigación.

En el año 2017 la investigación realizada por (Aldaz, 2017) tiene como conclusiones las siguientes

La parroquia de Pintag está formado por una variedad de atractivos que son potencialmente turísticos, donde se pueden realizar diferentes actividades, en un mismo atractivo turístico, que por desconocimiento y falta de ayuda de empresas no se llevan a cabo.

El plan de desarrollo turístico alternativo es un proyecto que ayudará a la Parroquia de Pintag a conocer los atractivos turísticos que posee la parroquia, mediante la investigación de cada uno de ellos y de esta incrementar el ingreso de turistas y ayudar económicamente a la población.

Los cambios que se realizarán en este presente proyecto lo llevarán a cabo profesores de la universidad expertos en el tema, mediante el estudio del proyecto presentado.

## **1.2. Agroturismo en el Ecuador**

Según el Ministerio de Turismo

Los atractivos naturales de las zonas rurales y el turismo se unen para mostrar a los viajeros nacionales e internacionales las múltiples opciones para disfrutar del agroturismo en el país. Esta Secretaría de Estado impulsará la actividad para la dinamización del turismo en varias provincias del país.

Como parte de las estrategias planteadas por el Ministerio de Turismo a través de la Subsecretaría de Gestión y Desarrollo, responsable del "Plan nacional para el agroturismo", se impartirán 7 talleres a escala nacional, en los que se busca consolidar una estrategia para el desarrollo y el fortalecimiento de esta actividad.

Oferta turística innovadora; áreas en las que se debe trabajar para ofrecer paquetes turísticos atractivos para los viajeros.

Ecuador posee ejes potenciales como: las condiciones geográficas, climáticas, geológicas e hidrológicas favorables para la producción agrícola; existen cadenas productivas agroalimentarias en territorios definidos, diversidad agro productiva y pecuaria, demanda interna para el desarrollo recreacional, siendo factores importantes para el desarrollo de los productos turísticos.

Esta Secretaría de Estado trabaja para posicionar a Ecuador como una verdadera potencia turística en el mundo. El desarrollo de productos vincula a un trabajo conjunto con los actores de la cadena productiva turística mediante una participación activa para desarrollar estrategias de impacto dirigidas a nuevos nichos de turismo (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2018).

En el año 2003 la Organización Mundial de Turismo, entrego al Ministerio de Turismo del Ecuador un informe denominando “Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador” este aborda un profundo análisis situacional con respecto al programa de turismo rural en Ecuador. Este fue desarrollado por el consultor de la OMT el Lic. Federico Wyss, en el informe se pone en manifiesto la potencialidad de los recursos turísticos, en que se destacan las fincas, las haciendas y plantaciones; por otra parte, los parques temáticos debido a su característico agrícola y cultural, potencial recreativo, valor educacional y los aportes científicos también es considerado potencial turístico (Paguay, 2011)

Por otra parte, en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año corrobora estas afirmaciones, en donde un grupo de especialistas denominado “Grupo de mercadeo” realizaron una consultoría de productos, misma que fueron analizadas y validadas por los mismos, en él se identificaron once líneas de productos en diferentes variedades que posee el Ecuador. Como resultado del análisis, el producto Agroturismo aparece como prioritario y con gran potencial de explotación turístico; esto incluye la diversidad de haciendas, plantaciones, flora y fauna. Dentro de los productos A, se encuentra Quito, Patrimonio de la Humanidad, en la que se destaca el turismo cultural: urbano, rural, religioso, mercados y artesanías (Equipo Consultor Tourism & Leisure-Europraxis, 2017).

Siguiendo con el esquema, bajo el contexto del agroturismo, el Ministerio de Turismo busca fomentar procesos participativos de planificación estratégica, a fin de identificar, impulsar y fortalecer los productos turísticos. Esto con el objetivo de mostrar a los visitantes nacionales y extranjeros, la diversidad de opciones agro turísticas, de las que pueden disfrutar en su visita al Ecuador, en que se mostrará "el turismo rural por nichos específicos", y así poder implementar circuitos o rutas estratégicas de turismo. Con esto se integra la planificación estratégica (PLANDETUR) que persigue el desarrollo y el fortalecimiento de esta actividad (Ecuador Inmediato, 2019).

En el Ecuador el agroturismo se complementa como una actividad turística que ofrece a los visitantes la oportunidad de conocer aspectos de la cultura local, aprender sobre las prácticas tradicionales en la agricultura y el procesamiento de los productos. El agroturismo se constituye como un eje dinamizador en la agricultura y turismo, ya que el beneficio es integral, es decir para toda la población. Además de ser una fuente generadora de ingresos, ayuda al desarrollo local y la dinamización económica, por lo que de alguna manera se disminuye los índices de migración a las zonas urbanas. Por lo cual es importante destacar que el desarrollo del agroturismo solo se logra respetando el medio ambiente, la historia y la cultural del entorno en que se desarrolla.

### **1.3. Marco Conceptual**

#### **1.3.1. Turismo**

La Organización Mundial de Turismo define al turismo como:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (Organización Mundial del Turismo, 2013, pág. 26).

El turismo es una actividad altamente mudable, un sector que acapara diversas actividades dentro de un país y que engloba a un sinnúmero de personas dedicadas a satisfacer necesidades de diversa índole. Cada país ha desarrollado al turismo en sus mejores facetas, es decir, potencializando el tipo de turismo que represente un arraigo

en su patrimonio , no obstante, un principio fundamental de este sector, requiere de adaptar modelos turísticos a las necesidades de la población en la que coexiste dicha actividad, sin olvidar que aun en un país, los Estados y las Ciudades presentan diversas necesidades, pues la cultura, su capital humano, costumbres y tradiciones no son las mismas debido a cada estilo de vida que se ha desarrollado.

### 1.3.2. Sistema turístico

Según (Varisco, 2014):

Presenta al sistema turístico como un facilitador de la comprensión total de la actividad. Es utilizado de forma recurrente para describir la actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones minimalistas que definen el turismo desde una perspectiva única, ya sea cultural, social o económica. Analizar el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y con referencia espacial en destinos concretos, facilita describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística, y lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto.

Para las actividades de expansión, el modelo del sistema turístico resulta especialmente útil para realizar talleres y cursos de capacitación, dado que los subsistemas pueden describirse con un lenguaje simple, de inmediata referencia empírica, a la vez que sustentan la comprensión del turismo como fenómeno complejo.

### 1.3.3. Infraestructura turística

En el ámbito del turismo, en el Ecuador se requiere de un mejoramiento integral, con respecto a la infraestructura y servicios básicos, pues son componentes fundamentales para el desarrollo de la actividad turística, tomando en cuenta estas menciones, se debe conocer las implicaciones del término infraestructura turística, y cómo influye en la práctica, para el mejoramiento del Turismo, de algún lugar o país.

A decir de Quesada (2007):

Es el conjunto de obras o servicios existentes en un lugar determinado, mismos que permiten el desarrollo socio-económico de un país o región. Es un medio a través del cual el turismo puede impulsar, promover las actividades y gestión turística

En este sentido, se encuentran intrínsecos elementos como las vías de acceso, canales de comunicación, servicios básicos en zonas urbanas y rurales, factores que son importantes para el desarrollo turístico adecuado y poder llevar a cabo actividades relacionadas con la conservación, monitoreo e investigación. (Quezada, 2007)

De igual forma Nel-lo Andreu dice:

La infraestructura turística, constituyen la base material y organizacional para el impulso del turismo, en tal razón se compone del conjunto de servicios básicos, sistemas de acceso vial, terrestre, marítimo y otros; así también comprende el alojamiento, alimentación, servicios de protección al turista y otros complementos. Los atractivos turísticos, son la base para atraer visitantes, motivo por el cual se deben realizarse acciones orientadas a la buena atención, y adaptación a los sitios turísticos, factores que solo se puede lograr con un sistema de infraestructura que se adapte a las necesidades y requerimientos del sitio y visitantes (Nel-lo Andreu, 2004).

#### 1.3.4. **Superestructura turística**

Está compuesto por todas las instituciones tanto públicas como privadas, quienes tienen la competencia de mejorar o cambiar, la operatividad del sistema turístico, en tal virtud es primordial armonizar las relaciones, con el objeto de viabilizar la producción y venta de los servicios que componen el producto turístico (Pacaz, 2014).

Esto, conlleva al trabajo integrado de todos los organismos para lograr la competitividad turística, a nivel local y nacional. A fin de sustentar las estructuras productivas y sociales, los organismos deben estar orientados a proveer de los servicios de educación, comunicación, salud, transporte y energía, por lo que se debe considerar que, el beneficio es colectivo para toda la comunidad. La superestructura turística es el elemento del turismo “es el conjunto de instituciones que interactúan de manera directa o indirecta en la organización y funcionalidad turística” (Unión de Naciones Suramericanas, 2014) bajo este contexto la función principal de estos, recae en propiciar el funcionamiento de los atractivos y actividades turísticas, infraestructura y planta turística, de modo que deben tomar decisiones administrativas, pues son los encargados de planificar, coordinar y gestión del sistema turístico.

En el Ecuador, los organismos encargados de la regulación, control, gestión, difusión, organización y gestión del sistema turístico, es el Ministerio de Turismo (MINTUR),

así también los gobiernos descentralizados, como el GAD- Píntag, el gobierno Provincial, Ministerio de Agricultura y Ganadería de Pichincha, hasta organismos internacionales, son quienes trabajan conjuntamente con las redes colectivas del sistema, afín de proveer apoyo Técnico, fondos del ayudas internacionales y capacitaciones, canalizar recursos para mejorar la infraestructura de la parroquia .

En este sentido, se resalta la intervención de las organizaciones sociales en la parroquia Píntag, esto hace que de alguna forma viabilice la dinamización y desarrollo del sistema turístico, así como también fomentar a la inserción de la población en actividades de agroturismo para aprovechar los recursos naturales, de manera sostenible y sustentable, manteniendo un equilibrio con la sociedad y el ecosistema. A más de los mencionados anteriormente, existen otras instituciones que trabajan directamente en la parroquia a fin de guiar las actividades que se realizan, estos son: la oficina técnica del Ministerio del Medio Ambiente, la tenencia Política, Junta Administradora de Alcantarillado y Agua Potable de San Alfonso, Centro Andino de Cultura, Fundación Antisana, y otras instituciones que se encargan de la protección de la flora, la fauna y algunos animales en peligro de extinción como el Cóndor, el osos de anteojos y otros, de la zona tales como: la asociación de páramo San Agustín, Asociación el Cóndor, Asociación la Pirámide y otros (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Pintag, 2015).

Según la (Organización Mundial del Turismo, 2013) “el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado”.

#### **1.4. Demanda**

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar, comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. (Socatelli, 2015)

En lo que implica la demanda tenemos que tener en cuenta el segmento de clientes al cual queremos apuntar. En el campo del turismo de sol y playa al que está enfocado nuestro proyecto, nos conviene analizar los diferentes tipos de turistas, en donde existen muchas variaciones, y entre ellos podemos mencionar a los siguientes más relevantes:

Dinks: Double Income No Kids, (dos personas con ingresos propios, que son pareja, pero aún no cuentan con hijos).

Familias en general y Familias con niños: viajeros de familia entera, padres e hijos juntos.

Viajeros de lujo: personas con gustos exquisitos que buscan el lujo.

Grupo de egresados: una modalidad ofrecida por agencias enfocada a egresados de colegios y universidades.

Grupos académicos: también son paquetes ofrecidos por agencias que van acompañados con guías propios.

Singles: personas que viajan solas, ellos mismos organizan su agenda y se encargan de las reservas de vuelos, transfer y hoteles vía apps o webs.

“Pet Friendly: Personas que optan por viajar con sus mascotas”. (Cuevas, 2017)

Se puede analizar al turismo desde la demanda, donde encontramos los tipos:

Turismo doméstico: residentes visitando su propio país.

Turismo receptivo: no residentes procedentes de un país determinado.

Turismo emisor: residentes del propio país se dirigen a otros países.

En estas tres formas de turismo se pueden combinar de manera:

Turismo interior: doméstico y receptivo.

Turismo nacional: doméstico y emisor.

Turismo internacional: emisor y receptivo (Soto, 2013).

## 1.5. Oferta

Según (Arruda & Bramco , 2012):

Es la cantidad de bienes y servicios que una empresa (o conjunto de empresas) está apta para producir y colocar en el mercado a determinado precio, con determinada calidad, en determinado lugar y por determinado período de tiempo por su parte, resalta que el turismo busca conocer cierto atractivo, pero para eso necesita consumir un conjunto de otros elementos que están involucrados directa o indirectamente en el proceso.

Conjunto de bienes, productos y servicios que se localizan en un determinado espacio geográfico y que se organizan de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

## 1.6. Espacio Geográfico

Es el lugar específico donde se desarrolla la actividad turística, es decir en donde se concentra la oferta y demanda así como en donde se sitúa la población residente, considerada por muchos un factor de cohesión o disgregación de acuerdo al grado de integración con los desarrollos turísticos planificados (Ávila, 2012).

En este sentido según el destino se define como: “El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje” (Organización Mundial del Turismo, 2013).

### 1.6.1.1. Importancia de la geografía en la actividad turística / Principales flujos turísticos.

El principal flujo turístico a escala mundial es el heliotrópico, es decir, el turismo más conocido como el de “sol y playa”.

El turismo de nieve tiene un componente muy alto de estacionalidad.

Estacionalidad: mayor flujo turístico en un período tiempo. Para combatir a la estacionalidad los hoteles crean ofertas para recibir más afluencia turística durante todo el año.

Todos los distintos de diversidades turísticos tienen como recurso, para diferenciarse entre sí, el paisaje.

El tipo de turismo menos estacional, es decir, a estacional y además es el más importante es el de negocios. Los hoteles crean salas de auditorios para atraer a este tipo de turismo.

Las ciudades a su vez crean recintos como el de IFEMA, en Madrid, para hacer eventos de negocios, reunir diversas empresas, etc. (De la Cruz, 2013).

### **1.7. Operadores de Mercado**

Son todos los agentes que participan en la actividad turística, normalmente como intermediarios entre el consumidor final (turista) y los diferentes productos turísticos.

Aparecen más tarde otros conceptos derivados de los cambios que se están produciendo en la sociedad, cambios en las necesidades, mayor información por las nuevas tecnologías, etc. Estos conceptos son los de turismo sustentable, que hace referencia al desarrollo turístico sin degradar ni agotar los recursos existentes, atendiendo a la conservación de los recursos, de manera que se asegure, tanto a las generaciones presentes como a las futuras, el disfrute de éstos (Organización Mundial del Turismo, 2013)

La comercialización de un producto turístico se debe basar no solo hace referencia a productos sino a satisfacer necesidades y experiencias únicas es por ello que de esto surge el marketing turístico.

### **1.8. Marketing Turístico**

“Marketing es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables” (Comunidad Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores, 2016). Marketing turístico se puede decir que engloba desde la promoción del espacio hasta los organismos públicos como de todas las empresas que forman parte del sector turístico: alojamiento, transporte, gastronomía, comercio, ocio, etc. A partir que se generalizó el viaje por placer y surgió el turismo como lo entendemos hoy en día, la forma de hacer marketing turístico ha estado muy basada en las propiedades del producto turístico. Para captar nuevos mercados o fidelizar clientes nos basábamos en estudiar, modificar y promocionar el producto. (Comunidad Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores, 2016)

En la actualidad no basta con conocer la edad, la procedencia y clase social de los perfiles de turista para segmentar a tu público. Ahora tenemos que conocer sus intereses, retos, objetivos y sueños para captar su atención. Debemos ofrecerle información y no publicidad. Tenemos que luchar contra la hegemonía de la reputación online de nuestra marca turística yendo más allá del marketing de servicios turísticos y apostando por enamorar a nuestros clientes.

## **1.9. Agroturismo**

La Organización Mundial de Turismo define al agroturismo como la actividad 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, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. En varios países, los conceptos de turismo rural y agroturismo se consideran como sinónimos y a menudo se presenta confusión en la descripción de las ofertas. En sentido estricto, son dos productos distintos: en el primero se privilegia el disfrute de la vida rural y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias; mientras, el segundo tiene como eje de su oferta las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como cosecha, ordeño, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Estas actividades se combinan con otras recreativas (caminatas por los alrededores de la finca, avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote y visitas a los alrededores a pie o en carreta, entre otras). Ambas modalidades proveen “experiencias rurales”, se complementan y crean oportunidades para que los visitantes tengan contacto directo con la agricultura, la ganadería y las áreas naturales (Gest Forest, 2013).

### **1.9.1.1. Actividades del Agroturismo**

A continuación, se detallan las distintitas actividades que comprende el agroturismo.

Pescas en ríos o estantes	Paseos en bote, carretera o caballo	Alimentación de animales en granja
Fotografía rural	Disfrute de gastronomía típica	Esquila de ovejas
Talleres de elaboración de	Ordeño y elaboración de quesos	Observación y manejo de cultivo
	Observación de procesos agroindustriales	

**Figura 3 Actividades del Agroturismo**

Fuente: (Blanco & Riveros, 2010)

Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

### 1.9.2. Turista

Visitante, con la condición que debe pernoctar en el destino, esto es, que se quede por al menos 24 horas, pero como ya se mencionó antes, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios (Entorno Turístico, 2019).

### 1.10. Producto Turístico

Según (Armijos & Correa, 2012)

Es un conjunto tangible de atributos físicos, reunidos en forma identificable. Cada producto lleva un nombre descriptivo (o genérico) comúnmente entendido. Los atributos del producto que atraen la motivación del consumidor o sus patrones de compra no desempeñan un papel en esta estrecha definición.

El producto es como un conjunto de características tangibles o intangibles, que incluyen el empaque, el color, el precio, el prestigio del fabricante, el prestigio del detallista y sus servicios, los mismos que deben ser aceptados como satisfactores por parte del cliente. Se puede considerar un producto como el conjunto de beneficios y servicios que ofrece un comerciante en el mercado.

Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura

viva del destino turístico. Ej. Para el producto turístico de aventura es importante los recursos naturales, es decir aquellos recursos turísticos que aporta el espacio natural. En cuanto a las infraestructuras, son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista como pueden ser por ejemplo; infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud) de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas). Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.) (De la Colina, 2002).

#### **1.10.1.1. Características de un Producto Turístico**

Según (Fassler, 2013)

Para que el producto turístico tenga éxito es necesario que cumpla los siguientes aspectos: ser tangible Al momento que el turista pretende contratar los servicios de un determinado paquete turístico, primero busca información previa a dicho paquete, reduciendo así la incertidumbre, Caducidad Los productos turísticos no son almacenables, por lo que se consumen en el momento programado o se pierden. Esta caducidad, afecta a la industria hotelera de forma que se debe optar, por vender al ritmo de mercado, (directamente al público), o vender con antelación, (a través de intermediarios). Precisamente, el overbooking es una consecuencia de la caducidad. Por lo tanto, la caducidad de los servicios turísticos es una característica inherente a los mismos que se debe tener presente e intentar contrarrestar.

Agregabilidad del producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.

Heterogeneidad en muchas ocasiones confeccionar productos "a medida", aunque estén más o menos estandarizados de antemano o "estandarización heterogénea",

no sólo se individualiza el producto de forma consiente, sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

**Simultaneidad de producción y consumo** Los productos turísticos primero son, comprados y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente. Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, debido a que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto. De ahí la importancia del componente humano en la prestación de los servicios

Planificación, coordinación y control en el área del marketing, gestores financieros, a los técnicos y a los especialistas en recursos humanos.

#### **1.10.1.2. Componentes del Producto Turístico**

Menciona que el producto turístico está integrado por tres componentes: sus atractivos, las facilidades que permiten su uso y los accesos que garantizan el ingreso adecuado para su consumo.

Estos tres componentes son muy importantes porque los turistas suelen percibirlos de forma integrada; por ejemplo, una excelente playa con atractivos interesantes, es desvalorizada si los servicios allí ofrecidos son malos y/o la accesibilidad insuficiente, excepto en el caso que el segmento de mercado no tenga un interés particular respecto a éstos. En determinadas ocasiones un lugar prácticamente inaccesible es valorado como atractivo, pues justo la experiencia que se busca es lo casi inalcanzable e inaccesible, para allí disfrutar del ambiente agreste silvestre, natural, no intervenido por el ser humano (Nasimba & Cejas, 2015).

#### **1.11. Productos de Agroturismo**

La actividad del agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios y pequeños agro procesadores. El paisaje natural y agropecuario, las prácticas culturales ancestrales y la elaboración artesanal de productos son recursos inherentes a la vida rural, que valorizados a través del turismo pueden complementar

y diversificar las economías de muchas familias rurales es lo que comprende un producto de agroturismo.

La propuesta recreativa de las fincas dedicadas al agroturismo consiste principalmente en recorridos por el campo e instalaciones para conocer, aprender y experimentar con las distintas tareas que ahí se realizan. Esta labor puede ser activa o pasiva, en función de los gustos y deseos de los propios clientes. También es frecuente que se ofrezca alimentación y hospedaje, en respuesta a las exigencias del turista y a la necesidad de diferenciar el producto de modalidades turísticas similares. (Blanco & Riveros, 2010).

### 1.11.1. Diseños para la Elaboración de Productos Turísticos

Dentro de la elaboración de productos turísticos se observa la teoría de que sustenta que la creación de productos turísticos se basa desde el análisis de su entorno hasta su comercialización, poniendo la atención en todo momento en el destino, sus recursos y su forma de materializar los productos para que sean consumidos por el turista.

De acuerdo con (Gómez, 2014) para la elaboración de productos turísticos se requieren varias fases las cuales son:

**Etapas I Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos:** Según la metodología para inventario de atractivos turísticos se define a éstos como “el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

Para identificar los recursos/atractivos ha de realizarse un inventario turístico, para lo cual la autora sugiere el uso de la metodología citada anteriormente, éste es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. Constituye el punto neurálgico de esta metodología, al detallar los recursos/atractivos alrededor de los cuales, pueden definirse actividades integradas en la cadena de valor para generar la oferta, identificando las fortalezas y debilidades en cada caso; es la concreción del producto básico de la oferta desde la óptica del enfoque de marketing.

**Etapa II: Generación y selección de ideas:** Se trata en este momento de estimular el pensamiento creativo divergente por parte del grupo multidisciplinario que trabaja en la formulación del producto, para generar ideas acerca de su diseño, tomando en consideración aspectos como: características, necesidades y deseos que satisface, conocimiento técnico, mercados potenciales, niveles de innovación, tendencias del mercado así como también las barreras de entrada que pueden ser vulnerables por la amenaza de nuevos entrantes.

La generación de ideas se realiza a partir del empleo de técnicas del desarrollo del pensamiento creador como, tormenta de ideas, la sinéctica o el análisis morfológico entre otros. Se realiza una selección teniendo en cuenta determinados criterios de viabilidad, posibilidades de llevarlo a la práctica, coincidencia con las expectativas de los turistas.

**Etapa III: Producto turístico:** Relacionado con concretar los itinerarios de viaje, ubicando cada actividad en su espacio y tiempo, tanto la que está relacionada con el beneficio básico de producto como con los elementos periféricos y las aportaciones de valor que completan el mismo. Este análisis deberá ser coherente con la oferta actual del destino. El producto deberá ser sometido a una prueba de mercado ante un grupo de turistas pertenecientes al segmento de mercado seleccionado como mercado meta, lo cual permitirá corregir sus posibles insuficiencias .y/o hacerle aportaciones a partir de las sugerencias de los turistas, una vez que se han detectado los segmentos de mercado que ofrecen oportunidades de negocio para determinados productos, es necesario conocer las posibilidades para competir con éxito en dichos mercados, es decir, definir su ventaja competitiva.

También se puede evaluar que, para la expansión de productos o servicios turísticos desde este enfoque, existen dos aspectos que se deben tener presente. En primero lugar es la intervención en un territorio que constituye un destino turístico con un producto altamente estacional y con una imagen determinada; y el segundo son sus turistas que buscan satisfacer expectativas y demandan una experiencia única, como muy bien lo define el Manual de Productos Turísticos de Uruguay: “los beneficios que busca un visitante pueden ser tipificados como funcionales (creación de experiencias); simbólicos (emociones o satisfacción personal) y vivenciales (los cuales se relacionan con los sentidos del humano: vivencias y experiencias únicas resultantes de la actividad turística)” (Uruguay, Ministerio de Turismo y deporte, 2013).

Por otra parte (Chile, Servicio Nacional de Turismo, 2015) propone un manual donde se integran dos aspectos el diseño de una oferta turística que sea acorde a una demanda exigente y en constante evolución, en una perspectiva de desarrollo local entendiendo que ambas confluyen en el diseño de una experiencia auténtica, en la diversificación y especialización de nuestra la oferta y en la rentabilidad del desarrollo turístico nacional.

Para el diseño de Productos Turísticos integrados, en el cual se convierte en una herramienta que puede fortalecer el desarrollo local y vincularse con aspectos vitales para el turismo, la generación de empleo, la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial local, el fortalecimiento del orgullo de pertenencia y la identidad, el incremento de los niveles de satisfacción del turista y la mejora de los servicios para la población local, entre otros.

En esta metodología se tratan aspectos como: conceptos claves, introducción de producto turístico, comprensión del medio, diseño de productos turísticos que son una base elemental para tener un buen resultado al momento de poner en marcha el diseño de un producto turístico.

De acuerdo a (Cardet, Palao, & González, 2018) el diseño de un producto turístico comprende siete etapas estructuradas en forma de sistema y una octava fase de evaluación presente en las siete anteriores y de forma general, con un total de veintiocho pasos que facilitan a las organizaciones conocer y desarrollar el nuevo producto turístico y lograr objetivos comunes y metas superiores.

Entra las etapas están: preparación inicial, determinación de las oportunidades existentes para el desarrollo de nuevos productos turísticos, estructuración del producto turístico, proceso de prestación del producto turístico, proceso de comercialización, análisis de viabilidad económica y medioambiental, implementación y por último evaluación y retroalimentación del proceso de diseño y desarrollo del producto.

Después de recopilar información sobre metodologías de varios autores podemos apreciar que no existe un modelo único para la investigación pero que existe similitud en varios elementos para que un producto turístico tenga viabilidad en el mercado por lo que se ha basado el diseño de estos por medio de etapas y fases en la que se toma

en cuenta el análisis de los posibles impactos ambientales y socio ambientales que esto generaría al momento de su ejecución (Comunidad Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores, 2016).

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Procedimiento metodológico para el diseño del producto de agroturismo en la parroquia de Píntag

**Tabla 2. Cuadro comparativo de las metodologías.**

<b>AUTORES</b>		
Gómez (2014).	Destinos del Perú, Cooperación Suiza-SECO en convenio con Mincetur, Promperú y Swisscontact (2014)	Saravia & Muro (2016).
<b>FASES O ETAPAS DE DESARROLLO</b>		
<b>FASES</b>	<b>ETAPAS</b>	<b>FASES</b>
Fase 1: Identificación de la demanda Segmentos de mercado Cuantificación	Etapa 1: Planificación. Análisis del Destino. Conceptualización del producto turístico. Diseño del producto turístico. Plan de acción	Fase 1: Recopilación y selección de la información.
Fase 2: Diseño del producto Identificar los recursos Generación y selección de ideas. Actividades a realizar. Caracterización. Producto Integración de la oferta turística.	Etapa 2: Implementación  Implementar las actividades planificadas.	Fase 2: Diagnostico de la situación turística. Análisis de la oferta. Atractivos turísticos Equipamiento de servicios. Infraestructura Análisis de la demanda. Competencia Análisis de la información cartográfica y estadística.
Fase 3: Estudio de Vialidad Técnica Administrativa legal Social Económica - financiera.	Etapa 3: Comercialización y Marketing  Promoción y venta del producto turístico	Fase 3: Identificación de los actores sociales (locales). Finalidad. Participantes. Material. Pautas para la realización Etapas para la implementación.
		Fase 4: Elaboración de la propuesta de los productos turísticos. Identificación inicial Definición de atributos. Estructura del producto. Análisis interno y externo. Identificar la demanda Diseño del producto.

Elaborado por: **Daisy Estefanía Revelo Chávez**

Para el diseño del producto de agroturismo se ha considerado la metodología propuesta por (Gómez, 2014), que plantea una metodología para productos turísticos

enfocados a nuevos emprendimientos que logren establecer un producto que satisfaga las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros. Por tanto, el procesamiento metodológico se detalla a continuación:

## 2.2. Metodología 1

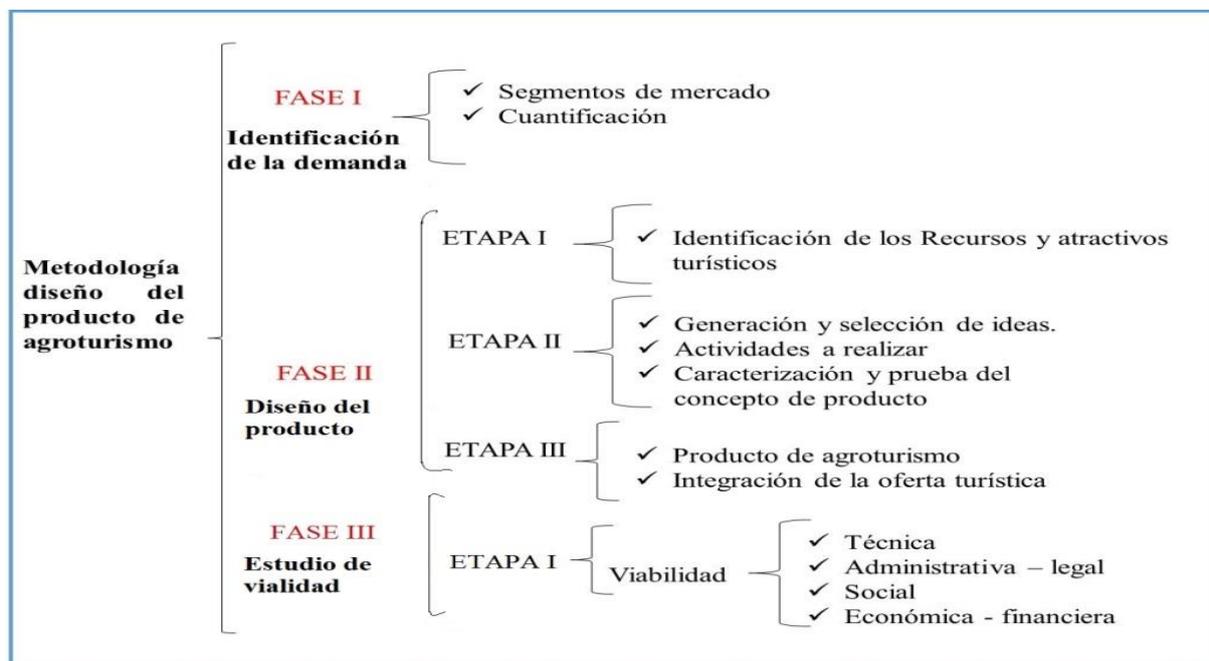


Figura 4 Procedimiento metodológico para el diseño del producto de agroturismo

Fuente: (Gómez, 2014)

Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

A continuación, se describe cada una de las fases y etapas que conforma la metodología:

### 2.2.1. Fase I. Identificación y análisis de la demanda

Se parte de la determinación de la oportunidad de mercado, a través de la segmentación del mercado y con ello el establecimiento de la demanda que son las personas interesadas en realizar agroturismo dentro de la parroquia de Píntag. Para esto se recurrirá a una investigación de campo, tomando como población de estudio a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron en cantón Quito. Para complementar el desarrollo de ésta fase, viene acompañada del análisis de factores a nivel macro y micro entorno.

## **2.2.2. Fase II. Diseño del producto**

Para cumplir con esta fase se requiere cumplir con cuatro etapas, tal como se detallan a continuación

### **2.2.2.1. Etapa I: Identificación de recursos/ atractivos turísticos**

En esta etapa se procede a realizar un inventario de todos los recursos y atractivos turísticos que posee la parroquia de Píntag. Para el levantamiento se toma en consideración los factores físicos, biológicos y culturales que permiten definirlo como parte del patrimonio nacional. A través del inventario es posible conocer el potencial que posee la parroquia y con ello proponer estrategias para el desarrollo del agroturismo.

### **2.2.2.2. Etapa II:**

- Generación y selección de ideas

Se procede a plantear ideas respecto al diseño del producto de agroturismo, para esto se determinará las necesidades que tienen los usuarios potenciales, las características, el comportamiento del mercado actual. Es importante además identificar la existencia o no de barreras de entrada basadas en nuevos emprendimientos de agroturismo. A través del planteamiento de ideas, se realiza un estudio preliminar, en donde es posible analizarlas y descartar aquellas que se consideren poco atractivas.

- Actividades que se pretenden realizar

En esta parte se realiza una lista de actividades que el turista puede realizar, para lo cual es importante el establecimiento de tiempos de cada una, de manera que posibilite el diseño de itinerarios posibles a los que pueda acceder el turista.

- Caracterización y prueba del concepto de producto

Para realizar este paso se toma en cuenta las ideas de la evaluación preliminar, para lo cual se realiza una descripción del producto de agroturismo, señalando las ventajas que posee. Posteriormente se procede a establecer el equipamiento, personal, materiales e insumos para ofertar el producto. Es posible además involucrar

actividades complementarias, de entretenimiento que atraigan la atención de los turistas.

### **2.2.2.3. Etapa III:**

- Producto de agroturismo

Se presenta de manera puntual los itinerarios de agroturismo que se van a ofertar. En cada uno se especificará las actividades que se van a desarrollar, el tiempo estimado de cada uno y el precio. Es importante recalcar que cada itinerario estará diseñado en base a los segmentos de mercado identificados. Respecto al precio, se establecerá en función del costo establecido, así como de la percepción del valor que se ofrece al visitante. Se identificará los canales de comercialización y comunicación del producto de agroturismo.

- Integración de oferta turística

Todos los elementos desarrollados anteriormente se proceden a unificar y se presenta la oferta turística. Es necesario tomar en cuenta que el turista tiene interés de generar nuevas experiencias que motiven y satisfagan sus expectativas, por ello el producto tiene que ser diseñado en base el perfil del mercado.

### **2.2.3. Fase III: Estudio de Vialidad**

#### **2.2.3.1. Etapa I:**

Esta etapa consiste en la determinación de la posibilidad o no de la ejecución del producto de agroturismo en la parroquia de Píntag. Este estudio se realiza desde el punto de vista técnico, administrativo - legal, social y económico – financiero; los mismos que deben mostrar sinergia, demuestren que el producto será de satisfacción para el turista y a su vez aporten al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

- Estudio técnico

Corresponde a la identificación de aspectos enfocados al funcionamiento y operatividad del producto de agroturismo. Para esto se parte de un análisis de localización, (a nivel macro y micro), capacidad instalada, la ingeniería que significa

el diseño de instalaciones u obra civil, determinación de activos, materiales e insumos. Paralelamente se realiza una valoración de los impactos naturales.

- Estudio administrativo y legal

Comprende la identificación de los responsables de la gestión y funcionamiento del producto de agroturismo; así como las obligaciones que se deben cumplir con los organismos competentes para mantener la legalidad del producto. Con esto se demuestra que las actividades turísticas se ejecutan de acuerdo a las regulaciones existentes, preservando los recursos y atractivos que posee la parroquia de Píntag.

- Impacto social

Se deberá identificar si la ejecución del producto de agroturismo genera impactos negativos o positivos. Para esto es necesario evaluar impactos, como por ejemplo la generación de empleo local, fortalecimiento productivo, mejoramiento de calidad de vida, entre otros beneficios.

- Estudio económico – financiero

Este estudio transforma todas las ideas y oferta turística en números, en donde se realiza el cálculo de la inversión, costos, gastos, ingresos, que permitan la construcción del flujo de caja. Con esto se procede al cálculo de indicadores de evaluación de proyecto, como el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación del monto invertido. Dichos resultados permitirán tomar una decisión más acertada de la ejecución del producto de agroturismo en la parroquia de Píntag.

## 2.3. Metodología 2

**Tabla 3 Etapas de desarrollo de un producto turístico**

ETAPAS			
	1. Planificación	2. Implementación	3. Comercialización y marketing
<b>FASES</b>	a). Análisis del Destino	Implementación de las actividades programadas en el plan de trabajo que incluye a los actores involucrados	Comercialización del producto
	b). Conceptualización del producto		
	c). Diseño del producto turístico		
	d). Plan de acción		

Fuente: (Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza – SECO, 2014).  
Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

Según Destinos del Perú, Cooperación Suiza-SECO en convenio con Mincetur, Promperú y Swisscontac (2014), existen varias posibilidades para desarrollar un producto turístico, en consecuencia propone un manual para la planificación de productos turísticos, en la cual se incluye el diseño del producto turístico, el cual se elabora en base a uno o varios recursos turísticos, de un conjunto de productos se conforma un solo producto. En consecuencia, para diseñar un producto agro turístico la parroquia Píntag debe poseer la infraestructura, facilidades y actividades para realizar actividades relacionadas con el producto.

La metodología para el diseño de un producto turístico, se encuentra dividida en tres etapas, mismas que se subdividen en fases, a continuación, se detalla cada una de ellas:

### 2.3.1. Etapa I: Planificación

#### Fase

##### a) Análisis del Destino

En esta fase se realiza la identificación, caracterización y comprensión de todos los atractivos turísticos existentes en un lugar de intervención, de manera técnica y objetiva que permita la fácil definición de cada uno de los lugares turísticos. Es decir, se realiza un diagnóstico situacional con respecto a elementos de turístico, a fin de determinar si existe oportunidad o el escenario. Estos pueden ser objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico.

En esta fase se sigue el siguiente proceso:

- Delimitación del destino turístico
- Análisis del mercado e inversiones
- Análisis externo

#### **b) Conceptualización del producto**

Para poder realizar la conceptualización del producto turístico, se debe tener identificado todas las potencialidades turísticas existentes en el lugar de intervención, a fin de poder desarrollar el producto turístico. Por lo que se procede a realizar la evaluación de las posibles opciones que podrían formar parte del producto. Esto quiere decir que se realizará la caracterización y aspectos relevantes o valor agregado que posea cierto lugar turístico, y de esta manera detectar un elemento diferenciador hacia la competencia.

Para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- Identificación de los atractivos turísticos potenciales de la zona.
- Evaluación de los atractivos turísticos propuestos.

#### **c) Diseño del Producto**

En esta fase, posterior al levantamiento de la información de los destinos turísticos, y la caracterización de cada uno, se procede a detallar y sistematizar la información antes mencionada. Motivo por el cual conviene especificar las acciones o actividades a realizar, para el desarrollo integral del producto turístico. Para el diseño del producto se debe cumplir realizar las siguientes actividades:

- Descripción del producto turístico.
- Definición y mapeo del producto turístico.
- Evaluación de la situación actual en torno al producto.
- Determinación de los actores interesados.
- Grafico del producto turístico.

#### **d) Plan de acción**

En el plan de acción, es necesario identificar las acciones más concretas a implementarse. Se determina los tiempos, responsables, quienes se encargarán del

cumplimiento del cronograma que contempla la implementación del producto turístico. Este persigue un objetivo fundamental, la cual radica en permitir el seguimiento y control durante toda la etapa de ejecución del producto.

En el plan de acción se ejecuta las siguientes acciones

- Conformación de un comité local.
- Validación del producto turístico
- Consolidación y aprobación del plan de trabajo.

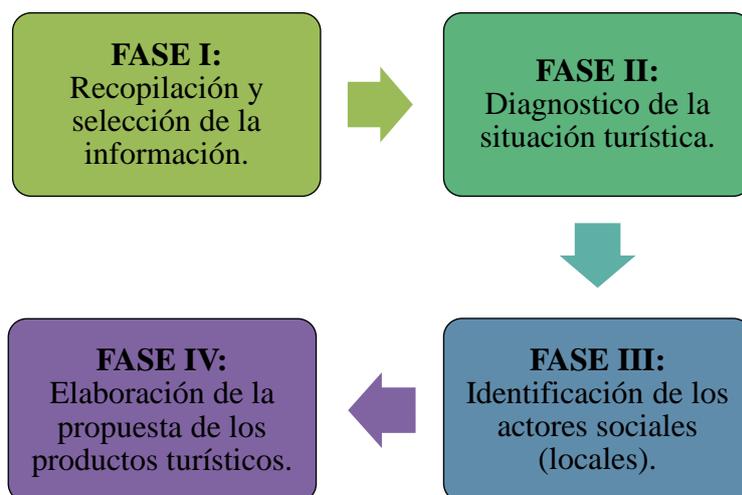
### **2.3.2. Etapa II: Implementación**

En esta etapa, se pone en práctica todas las acciones y actividades planificadas previamente, en la cual se involucra a todos los actores interesados, pueden ser instituciones, establecimientos, asociaciones y otros. Consiste en gestionar la operatividad y funcionamiento del producto turístico en la zona de intervención.

### **2.3.3. Etapa III: Comercialización y Marketing.**

Explícitamente significa etapa en la cual se realiza la promoción del producto turístico. Etapa en el cual se oferta el producto al alcance de los turistas. En consecuencia, finalmente es momento de ofrecer al turista la experiencia de formar parte del producto turístico, en la cual podrá disfrutar y realizar actividades de turismo.

## 2.4. Metodología 3



**Figura 5 Metodología para la elaboración de un producto turístico.**

**Fuente: (Saravia & Muro, 2016).**

**Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

Según Saravia & Muro manifiestan que para el diseño de un producto turístico, se debe establecer una actividad estratégica en equipo, por medio de la sinergia de todos los actores involucrados (personas, instituciones y organismos). Cabe mencionar que el diseño de un producto, implica la gestión de destinos turísticos, en el cual necesariamente se debe involucrar a varios actores, esto con la finalidad de responder a todos los requerimientos, las expectativas y necesidades concretas, tanto del sector como de la demanda de los visitantes. Esto debe estar enfocado en la sostenibilidad, para asegurar la sustentabilidad del destino. (Saravia & Muro, 2016),

En la **Fase I**, Se procede a la recolección de datos y observar los productos existentes, como el estado de infraestructura, características, atributos, estado y otros elementos esenciales a tomar en cuenta para el diseño del producto. Seguido a ello, en la **Fase II**, es necesario recopilar toda la información en torno a la demanda, oferta, competencia, es decir todos los aspectos relacionados con el mercado. Esto es un diagnostico situacional del sitio donde se pretende implantar el producto. Por otra parte, en la **Fase III**, en este apartado se deben identificar todos los actores sociales implicados, es decir las asociaciones, grupos, organizaciones del destino. Finalmente, en la **Fase IV**, de realiza la propuesta del producto turístico y todas las implicaciones.

## **2.5. Consideraciones de la metodología adoptada**

### **2.5.1. Generales**

Partiendo de la necesidad de adaptar una metodología para el diseño del producto agro turístico y para dar una explicación lógica y ordenada del procedimiento a aplicar, se considera adecuada la metodología propuesta por (Gómez, 2014). Cabe mencionar que dicha elección se realizó a través un análisis comparativo de las metodologías consultado previamente para el desarrollo de la investigación. De las cuales, la metodología propuesta por la Secretaria de Estado para Asuntos Económicos Embajada de Suiza en Perú presenta insuficiencias desde el punto de vista metodológico, entre las que se pueden destacar: el escaso nivel asequible para el diseño del producto. En este sentido, los mencionados métodos no presentan elementos que viabilicen el producto, ya que no muestran un esquema de forma holística, sistemática y cíclica que debe contener este apartado. Esta disfuncionalidad limita la correcta gestión del proceso de diseño del producto agro turístico y su posterior comercialización.

En consecuencia, se selecciona el modelo propuesto por (Gómez, 2014) como se puede evidenciar en la Tabla 4, esta metodología cumple con todos los parámetros necesarios para diseñar un producto agro turístico. Está compuesto por un proceso lógico, ordenado y estructurado, que parte desde el estudio de mercado y finaliza en el análisis de viabilidad económica del producto. Esto significa que contiene elementos puntuales, que, a comparación de los modelos mencionados, que no poseen suficientes fundamentos de peso. Por lo que el diseño del producto agro turístico seguirá la metodología 1 de Gómez.

### **2.5.2. Específicas**

Por otra parte, de la metodología propuesta por (Gómez, 2014), solo se ejecutará la fase 1 y 2 que se enfoca al diseño del producto. El diseño del producto agro turístico, desde la perspectiva del planteamiento del tema, se enfoca estrictamente al tema de estudio, es decir, seguir procesos específicos que permitan la creación de un producto. Para el cual se seguirá los siguientes procedimientos:

- a) Segmentación de Mercado
- b) Identificar los recursos
- c) Generación y selección de ideas.
- d) Actividades a realizar.
- e) Caracterización.
- f) Producto
- g) Integración de la oferta turística

### 2.5.3. Excepciones

No se realiza la fase de viabilidad económica, debido a que la finalidad del estudio es impulsar e incentivar el desarrollo de productos agro turísticos en la parroquia Píntag, involucrando a todos los actores interesados, así como también dar a conocer el potencial de los atractivos turísticos. Bajo este contexto no se requiere conocer el análisis económico.

## CAPITULO III

### 3. PROPUESTA

La presente propuesta se realiza en la Parroquia de Pintag ubicada al sur de Quito cerca del valle de los chillos aproximadamente a una hora y media de distancia, esta zona se caracteriza por la presencia del volcán Antisana.

Su mayor fuente económica es la producción de derivados de la leche seguido por la ganadería y la agricultura mientras que la actividad turística ocupa el último lugar, la población no toma en cuenta a la actividad turística como generador económico dentro de la zona.

Al asociar las actividades agrícolas que realizan a diario con el sistema turístico se logra crear un producto de agroturismo que permita generar fuentes de trabajo e ingresos económicos.

#### 3.1. Generalidades

En la región andina del Ecuador, provincia de Pichincha, dentro del Distrito Metropolitano de Quito, se encuentra la parroquia rural Pintag a 35 kilómetros al sur de Quito.

##### 3.1.1. Límites

Norte: Parroquias de, La Merced, Alangasi y Pifo

Sur: Cantón Mejía

Este: Provincia de Napo

Oeste: Cantón Mejía y Rumiñahui

Pintag tiene una extensión aproximada de 490.14 km, dentro de los cuales se encuentran 38 barrios y 6 comunidades. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Pintag, 2015)

Posee un clima templado húmedo, debido a los cambios climáticos la parroquia Pintag en la actualidad tiene un clima frío en la parte alta y hasta templado en la parte occidental, la temperatura varía desde 12°C, 8° hasta los 16° grados centígrados; con precipitaciones fluviales que oscilan entre 500-2.000mm. Las temporadas lluviosas son entre los meses de marzo-noviembre y seco en los meses de Julio y agosto.



**Figura 6 Límites de la Parroquia Pintag**

Fuente: (Jiménez, 2016)

Elaborador por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

### 3.1.2. Población

Según el último censo realizado en el 2010, la parroquia Píntag posee una población de 17.930 habitantes, de los cuales 8.815 personas (49,16%), corresponde al género masculino y 9.115 son del género femenino esto es el 50,84% (Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010). En la zona urbana se concentran el 40% de la población, y el 60% se encuentran distribuidos en los 38 barrios y las 20 comunidades que pertenecen a la parroquia (Simbaña, 2013).

### 3.1.3. Costumbres y Tradiciones

Las Fiestas en honor al patrono San Jerónimo y la Virgen del Rosario del 13 de septiembre al 12 de octubre, son el principal festejo en la parroquia de Pintag. En este evento donde se combina la cultura y tradiciones, se organizan las corridas de toros de pueblo, cabalgatas, carrera de caballos, torneo de cintas, desfile de colchas y trofeos, arreada de toros, concurso de lazo, corrida de gallos, eventos culturales y deportivos, elección de la reina, chamiza (gran fogata), y juegos pirotécnicos. Por otra

parte, también se ofrecen eventos artísticos, pase de ceras, flores, ofrendas, serenata, misa campal y bailes populares en homenaje al General Pintag (Quito Cultura, 2015).

#### **3.1.4. Gastronomía**

Las actividades gastronómicas en esta parroquia son muy variadas, estas son muy apetecidas por lugareños y turistas. Entre los principales platos típicos se encuentran: las habas tiernas con mellocos, cuy asado, catsos, ceviche de callambas (champiñones), y las tortillas de maíz en tiesto (González M. , 2015).

#### **3.1.5. Turismo**

El turismo representa una de las actividades más sobresalientes de la parroquia Pintag, debido al ambiente natural que posee en todos sus aspectos; tal es así que existe lugares que se han convertido en símbolo y emblemas de la parroquia; un ejemplo de ello es la iglesia parroquial, su origen yace desde la época colonial, donde se albergan pinturas, esculturas de antaño que aún se conservan. Por otra parte, dentro de los principales atractivos turísticos, se encuentran las lagunas, la reserva ecológica Antisana y otros elementos naturales que se constituyen en sitios estratégicos atractivos para las actividades turísticas. Sumado a ello la diversidad étnica y cultural, también son componentes que aportan en estas actividades.

#### **3.1.6. Aspecto Cultural**

En la parroquia Pintag, se mantiene la riqueza cultural, que se encuentra inmersa en las actividades tradicionales festivas de los rodeos, desfiles de colchas, las corridas de los toros y las botadas de naranja en los bailes típicos de la zona. Las festividades tienen relación con factores religiosos heredados desde la época colonial. Así también su variada gastronomía está compuesta por platos típicos de la zona como las habas con melloco, truchas, cuy asado, catsos, el ceviche de callambas y las tortillas de maíz. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Pintag, 2015). La identidad y festividades con las que se identifican los Pinteños son:

- Fiestas del Carnaval Febrero, marzo
- Fiestas San Isidro, mayo
- Fiestas de Parroquialización, mayo

- Fiestas de Corpus Christi, junio
- Fiestas Virgen del Carmen, julio
- Fiestas Santa Rosa, agosto
- Fiestas De las Mercedes, septiembre
- Fiestas en honor a sus patronos: Virgen del Rosario y San Jerónimo, octubre
- Fiestas Virgen del Quinche, noviembre

### 3.1.7. **Actividad Económica**

La producción lechera de la parroquia Píntag, es una de las principales fuentes de generación de ingresos para las familias del sector, así como también para el desarrollo de la localidad. Esto debido a que el 54,71% de los páramos, son destinados para la agricultura y crianza ganadera. Además, existen haciendas que poseen ganado y producen derivados de la leche como quesos y mantequilla. La producción de pequeños ganaderos, de donde se obtienen derivados lácteos es comercializada en las ferias que se realizan los fines de semana, otros sin embargo son distribuidos a la Pasteurizadora Quito, especialmente la producción láctea de las principales haciendas (Cevallos, 2018).

### 3.1.8. **Aspectos Históricos**

La parroquia de San Jerónimo de Píntag, lleva su nombre en honor al General Píntag, a quien se le atribuye la denominación del primer guerrillero ecuatoriano, quien luchó en contra de los invasores de la época de los incas a favor de Huayna Cápac. Motivo por el cual muere en precarias condiciones de hambre y sed en las zonas mencionadas, ya que nadie pudo doblegarlo, esto es en el año 1520-1525. Este sitio existe desde el siglo XVI, desde entonces ha sido parte de la provincia de Quito. San Jerónimo de Píntag nace del proceso de evangelización en los pueblos indígenas, en donde los españoles introducen creencias religiosas como el catolicismo, con el objeto de imponer sus costumbres (Ecuador, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 1996).

El 12 de octubre de 1568 un obispo de la ciudad de Quito, establece la primera división territorial por parroquias, y es así como aparece formalmente la parroquia de Píntag

para el 12 de octubre de 1568, sin embargo, en el año 1861, en el gobierno de Gabriel García Moreno, Píntag fue reconocida como parroquia amparado en la Ley de División Territorial. Por otra parte, la parroquialización civil lo celebran cada 29 de mayo, ya que se fundó legalmente en el año 1986. Actualmente, existen once haciendas, mismas que se mantienen desde la época colonial de las cuales se destacan la de, Patichubamba y Huagrahuasi. Además, cuenta con una infinidad de recursos naturales y posee los mejores paramos de la provincia de pichincha, lo que constituye la principal fuente de abastecimiento de agua para todo Quito. El 70% de la PEA, trabaja en el cantón Rumiñahui y el Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador, Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2016).

### **3.2. Fase 1**

#### **3.2.1. Segmentación de Mercado**

País: Ecuador 16,298.217 hab.

Región: Sierra 6,081.342 hab.

Provincia: Pichincha 4,345.567 hab.

Distrito Metropolitano de Quito 2´239.191 hab.

#### **3.2.2. Demográfico**

Género: Hombres y mujeres adultos

Edad: (40-80)

Ocupación: Todas, Jubilados

Educación: Indeterminada

Tamaño de la familia: todos

Ingresos: mensual (386)

Generación: Generación X, generación Y

Religión: católico, protestante, Cristiano, Testigo

Nacionalidad: ecuatoriana

### **3.2.3. Pictográficos**

Clase social: media, alta parejas, familia, adultos tercera edad, jubilados, turistas nacionales y extranjeros (ingresos anuales de 4632 dólares).

### **3.2.4. Conductual**

Ocasiones: ocasión habitual, ocasión especial

Beneficios: servicio, calidad,

Frecuencia de Uso: Usuario ocasional, usuario medio, usuario intensivo

Situación de Lealtad: media, fuerte, absoluta.

## **3.3. Fase 2**

### **3.3.1. Identificación de los Recursos y Atractivos Turísticos**

Para la realización de este proceso se realizará un inventario en donde se detalle los recursos y atractivos turísticos, que posee la Parroquia permitiendo identificar el potencial turístico que posee la zona.

Para el desarrollo del inventario se tomó como base el informe de atractivos Turísticos a nivel nacional inventariado por el Ministerio de Turismo (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016). En total suman 10 sitios o atractivos turísticos de la Parroquia Píntag, según el inventario realizado por el Ministerio de Turismo.

**Tabla 4 Recursos y Atractivos de la Parroquia de Pintag**

Nombre Atractivo	del	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Publica	Privada
<b>Volcán Antisana</b>		Sitios Naturales	Montañas	Volcán	Recurso	X	
<b>Reserva Ecológica Antisana</b>		Sitios Naturales	Bosques	Paramo	IV	X	
<b>Laguna Larga de Secas</b>		Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	Recurso	X	
<b>Laguna Muerte Pungo</b>		Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	Recurso	X	
<b>Laguna de la Mica</b>		Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	Recurso	X	
<b>Laguna de Tipopugro</b>		Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	Recurso	X	
<b>Peñón del Isco</b>		Sitios Naturales	Montañas	Desfiladeros	Recurso	X	
<b>Iglesia de Pintag</b>		Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Recurso	X	
<b>Fiestas de los Santos Patrones de Pintag</b>		Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	Recurso		X
<b>Mirador Tambo Cóndor</b>		Sitios naturales	Montaña	Mirador	Recurso	X	
<b>Cascada del Río Pita</b>		Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	Recurso	X	

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2016)  
 Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

**Tabla 5 Descripción de Atractivos**

<b>Nombre del Atractivo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Vías de Acceso</b>
<b>Volcán Antisana</b>	Se encuentra ubicado entre los límites de las provincias de Pichincha y Napo, es considerada la cuarta montaña más alta del Ecuador. Desde la Reserva Ecológica Antisana existen varias rutas para llegar al volcán para subir a este lugar se necesita equipo técnico y de escalada.	Tercer Orden
<b>Reserva Ecológica Antisana</b>	Se encuentra ubicada en las provincias de Pichincha y Napo, en su interior se observa paramos y bosques andinos, acompañada de una gran biodiversidad de flora y fauna. Se pueden realizar varias actividades turísticas como: senderismo, fotografía, pesca.	Segundo Orden
<b>Laguna Larga de Secas</b>	Se encuentra ubicada en la Reserva Ecológica Antisana posee exuberante flora y fauna en la cual se puede realizar fotografía y pesca deportiva y caminata.	Segundo Orden
<b>Laguna de Mica</b>	Es una laguna de gran interés para los turistas, permite el mejor disfrute de la naturaleza en ella se pueden encontrar variada flora y fauna. Se encuentra ubicada en la Reserva Ecológica Antisana es la, principal laguna de la reserva, se puede realizar actividades como: pesca y caminata.	Segundo Orden
<b>Peñón del Isco</b>	Se encuentra ubicado en la Reserva ecológica Antisanilla se ha llegado a ver en un día hasta 34 cóndores	Segundo Orden
<b>Iglesia de Píntag</b>	Fue construida en el año de 1928 es un templo religioso de estilo colonial donde se aprecia varios pinturas y esculturas, se encuentra frente al parque central de la Parroquia	Primer Orden
<b>Fiestas de los Santos Patrones de Píntag</b>	Se realizan desde el 24 de septiembre al 22 de octubre incluyen actividades las cuales son: paseo del chagra, exposiciones de comidas típicas, corrida de gallos y de toros.	Primer Orden
<b>Laguna de Tipopugro</b>	Un bello lugar rodeado de una exuberante vegetación, se puede realizar actividades como: pesca deportiva.	Tercer Orden
<b>Mirador Tambo Condor</b>	Un bello lugar para el disfrute del avistamiento de aves, cóndores paisajes inolvidables.	Segundo Orden
<b>Cascada del Rio Pita</b>	Es un lugar inigualable, donde podrá regocijarse y admirar la magnificencia de la naturaleza, se apreciará la exuberante flora y fauna que posee este lugar La cascada posee una altura aproximada de 60 metros	Tercer Orden

Elaborado por: **Daisy Estefanía Revelo Chávez**

### 3.3.2. Generación de Ideas

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia no posee el suficiente presupuesto para crear nuevos emprendimientos con respecto a diseños de

productos turísticos lo que no permite generar ingresos económicos en el sector mediante una entrevista aplicada al presidente de la Junta Parroquial el Sr. Gabriel Noroña se pudo constatar que se necesita actualizar los planes de pro mejora de los productos y servicios turísticos. (Anexo 1 y Anexo 2)

También se llegó a la conclusión que sería interesante crear un nuevo producto turístico basado en el agroturismo ya que la parroquia cuenta con los recursos necesarios, la zona es netamente agrícola y ganadera lo que permite que se lleve a cabo procesos agroindustriales como es la elaboración del queso, yogurt, y de esta manera mejorar la situación económica del sector.

La parroquia posee dos haciendas llamadas: Achupallas y Yurac Compañía

En cuanto a infraestructura la parroquia posee, servicios básicos vías de acceso y transporte para que se lleve a cabo este tipo de modalidad de turismo, con respecto a la planta turística posee 6 establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento y 9 establecimientos de alimentación que permitirán al turista elegir el lugar más acorde de acuerdo a su presupuesto

Se presenta un producto de agroturismo con las siguientes características:

- Permite la participación del turista en actividades agro turísticas y de esta manera generar nuevas experiencias.
- Permite al turista salir de su zona de confort y sumergirse en un mundo rural dejando a un lado el ajetreo de la ciudad.
- Permite al turista compartir esta nueva modalidad de turismo junto a familiares, pareja, amigos.

### **3.3.3. Actividades a realizar**

En este punto se procede a realizar una lista de todas las actividades turísticas que se llevaran a cabo en cada uno de los atractivos mencionados.

Tabla 6 Actividades a realizar según el destino

Número	Lugar	Actividad
1	Reserva ecológica Antisana	Excursión, cabalgata, fotografía rural, pesca y camping, avistamiento de aves.
2	Cascada del río Pita	Caminata, fotografía rural y avistamiento de aves.
3	laguna Tipopugro	Recorrido por las orillas, cabalgatas, camping, pesca.
4	Lagunas secas	Excursión, cabalgata, camping, pesca, ciclismo de montaña.
6	Peñón del Isco	Avistamiento de cóndores, excursión, fotografía rural, ciclismo de montaña.
7	Iglesia Matriz de Píntag	Fotografía rural, excursión, visualización de obras coloniales.
9	Fiesta del Corpus Christi	Conocer las culturas y tradiciones.
10	Cabalgata Pinteña	Participar en la cabalgata hacia los páramos de Píntag.
11	Paramo Muertepungo	Cabalgata, senderismo, fotografía rural, avistamiento de paramos, flora y fauna.
12	Hostería la Ponderosa	Observación de procesos agroindustriales, degustación de platos típicos, pesca deportiva
13	Hostería Guáy tara	Participar en el proceso de alimentación de animales en la granja. Observar proceso de obtención de productos alimenticios de la zona.
14	Hacienda Yúzrag Compañía	Observación de procesos de elaboración de derivados lácteos y obtención de miel natural.
15	Mirador Tambo Cóndor	Observar el proceso de alimentación de animales. Avistamiento de cóndores, degustación de platos típicos, fotografía rural.

Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

### 3.3. Caracterización y prueba del concepto producto



**Figura 7 Logotipo del producto agro turístico**  
**Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

El logotipo del producto agro turístico, lleva el nombre de la parroquia Píntag en el centro de la imagen junto a los volcanes, con el objeto de que este genere mayor impacto y los turistas puedan identificarlo con facilidad.

El logotipo está compuesto por tres subtipos, los mismos que se encuentran distribuidos en diferentes niveles. En primera instancia, al fondo de la imagen se visualiza una imagen que hace referencia a los volcanes, se incluyó estas ya que la parroquia se caracteriza por estar localizada cerca de los andes o relieves montañosos.

En el segundo nivel, se muestra el nombre de la parroquia, la imagen de un animal y la planta de maíz que representa el sector ganadero y agrícola de la zona. Esto debido a que existe gran cantidad de producción lechera y maizales.

Por último, se muestra la imagen del conjunto de productos para lo que los suelos de la parroquia están aptos. Seguido a ello la frase “Belleza rural en un mágico lugar”, esto en connotación a las actividades culturales, turísticas, gastronómicas y otros de origen natural, que posee la parroquia, ya que además es considerada rural. Por otra parte, se resalta los colores verde y amarillo, en referencia al símbolo patrio del escudo y bandera de la parroquia rural de Píntag.

### 3.3.4. Selección de atractivos turísticos

Se procede a seleccionar los atractivos que serán parte de nuestro producto de agroturismo

**Tabla 7 Selección de atractivos turísticos**

CANTÓN	Quito					
PARROQUIA	Píntag					
NÚMERO	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
1	Reserva ecológica Antisana	Sitios naturales	Sistema de áreas protegidas	Reserva ecológica	Se encuentra ubicada en las provincias de Pichincha y Napo, en su interior se observa paramos y bosques andinos, acompañada de una gran biodiversidad de flora y fauna. Se pueden realizar varias actividades turísticas como: senderismo, fotografía, pesca.	
3	laguna Tipopugro	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Laguna	Un bello lugar rodeado de una exuberante vegetación, se puede realizar actividades como: pesca deportiva.	
4	Lagunas secas	Sitios naturales	Ambiente lacustre	Laguna	Se encuentra ubicada en la Reserva Ecológica Antisana posee exuberante flora y fauna en la cual se puede realizar fotografía y pesca deportiva y caminata.	
5	Peñón del Isco	Atracciones naturales	Montaña	Media montaña	Se encuentra ubicado en la Reserva ecológica Antisana se ha llegado a ver en un día hasta 34 cóndores	
6	Iglesia Matriz de Píntag	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	Fue construida en el año de 1928 es un templo religioso de estilo colonial donde se aprecia varios pinturas y esculturas ,se encuentra frente al parque central de la Parroquia	

7	Laguna Muertepungo	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	Es un lugar que ofrece vistas naturales  Se puede realizar actividades de pesca	
8	Laguna de Mica	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	Es una laguna de gran interés para los turistas, permite el mejor disfrute de la naturaleza en ella se pueden encontrar variada flora y fauna. Se encuentra ubicada en la Reserva Ecológica Antisana es la, principal laguna de la reserva, se puede realizar actividades como: pesca y caminata.	
9	Hostería la Pomderosa	No se encuentra registrado en el Mintur			Excelente lugar para alojarse y disfrutar de actividades recreativas como: Pesca deportiva, cabalgatas, balneario, áreas verdes para la práctica de deportes como: voleibol , futbol	
10	Hostería Guaytara	No se encuentra registrado en el Mintur			Ubicada junto al volcán Antisana, a tan solo 1h45 al sureste del DMQ, con un rango de altitud de 3300 msnm. a 4200 msnm.; se encuentra rodeada	

Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

### 3.3.5. Planta Turística

#### 3.3.5.1. Alojamiento

En la parroquia Píntag se localizan 6 establecimientos turísticos que brindan alojamiento, desde la entrada a la parroquia, hasta la vía que conecta con la reserva ecológica Antisana; la mayor parte son micro emprendimientos familiares de propiedad privada, mismos que no se encuentran vinculados con ningún proyecto del

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial y tampoco se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo. En contraste, algunos de estos establecimientos trabajan conjuntamente con las Organizaciones no Gubernamentales a fin de ayudar en la conservación y cuidado de la riqueza natural de la parroquia (Cevallos, 2018).

**Tabla 8. Establecimientos de alojamiento**

Nombre	Tipo			Ubicación	Actividades de recreación
	Hostales	Camping	Hosterías		
Complejo recreacional Secas		X		Vía- Reserva ecológico Antisana	Camping, pesca deportiva, juegos infantiles
Hostería la Ponderosa		X	X	Valencia-vía Pintag	Pesca deportiva, cabalgatas, áreas verdes.
Hostal Vista Hermosa	X			Barrio San Isidro	Áreas verdes, fotografía rural, juegos para niños.
Casa Refugio Ecológico Molinuco		X	X	Barrio Ichumbamba	Senderismo, cabalgatas, pesca deportiva,
Hostería Guáytara			X	Sector Antisanilla	Senderismo, pesca deportiva, áreas verdes
Hostería Rancho del Cielo			X	Barrio Chachil	Piscinas, áreas verdes, gastronómica local.

Fuente: (Cevallos, 2018).

Elaborador por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

### 3.3.5.2. Establecimientos de Alimentación

En la parroquia Píntag, se encuentran 9 establecimientos que brindan el servicio de alimentación. Los principales son: El Paradero Refugio del Antisana y el Rancho Campo Lindo, estos incluyen un menú elaborados a base de productos orgánicos que se producen en el sector. Otro de los restaurantes es el Restaurante Cóndor, ofrece una variedad de platos típicos de la zona, con opción a que el turista reserve el menú, de acuerdo a los gustos y preferencias.

Los establecimientos de hospedaje, hostería Guaytara, Rancho del Cielo, la Ponderosa y el centro recreacional Secas, ofrecen a sus clientes trucha frita. La mayoría de estos establecimientos ofrecen platos típicos de la zona como el hormado, yahuarlocro, trucha y otros. Cabe recalcar que también existen otros sitios turísticos que ofertan el servicio de alimentación entres los cuales se encuentran: El Rincón de Cristy, complejo recreacional Isla del Amor, hostería José María, Café del Cóndor y el

hostal Vista Hermosa. Los costos por cada plato varían de entre USD 3 a USD 12 dólares.

Tabla 9. Sitios de servicios de alimentación

Nombre	Tipo			Ubicación	Actividades de recreación
	Hostales	Camping	Hosterías		
Hostería Guaytara		X		Sector Anti sanilla	Servicio de comida, Senderismo, cabalgatas.
Hostería la Ponderosa		X	X	Valencia-vía Pintag	Pesca deportiva, cabalgatas, áreas verdes.
Hostal Rancho del cielo	X			Barrio San Isidro	Áreas verdes, fotografía rural, juegos para niños.
Complejo recreacional Secas		X	X	Barrio Ichumbamba	Senderismo, cabalgatas, pesca deportiva,
Complejo recreacional Isla del Amor		X	X	Sector Patasillo, Av. Las vertientes.	Piscinas, juegos recreacionales, comida típica.
Hostería José María			X	Sector la Laguna escondida.	Gastronomía local, senderismo, alojamiento, cabalgatas.
Café del Cóndor		X	X	Vía Pintag	Gastronomía local
Hostal Vista Hermosa	X			Barrio San Isidro	Hospedaje y servicios de alimentación
El Rincón de Cristy			X	Barrio Chachil	Piscinas, áreas verdes, gastronómica local.

Fuente: (Cevallos, 2018).

Elaborador por: Daisy Estefanía Revelo Chávez

### 3.3.5.3. Infraestructura Turística

**Tabla 10. Infraestructura básica de la parroquia Pintag**

Servicios	Detalle
Agua	Para el año 2010, el 70% de la población contaba con agua potable, el 28% usaban del río, acequia o vertientes naturales. El 1,26% utilizaban agua de la lluvia o albarrada y 0,74% usaban el agua de pozos.
Luz	El servicio eléctrico cubre al 98% de la población.
Teléfono	Su cobertura es parcial, sin embargo su demanda está en niveles de ascenso.
Alcantarillado	Hasta el año 2010, el sistema de alcantarillado cubría al 85% de la población, sin embargo, el resto actualmente aun utilizan los pozos sépticos.
Tratamiento de aguas residuales.	No existe un tratamiento adecuado de las aguas servidas, estos se desembocan directamente a los ríos.
Tratamiento de desechos solidos	El 75% de la parroquia, tiene acceso al carro recolector de la basura, el resto por vivir en zonas alejadas, y debido al mal estado de las vías no cuentan con el servicio.
Salud	Actualmente, solo existe un subcentro de salud, lo cual no cubre con la necesidad total de la población.

**Fuente: (Quintana, 2015).**

**Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

Con respecto a la infraestructura se muestra que la mayor parte de la población de Pintag cuenta con los servicios básicos, en cuanto a vías de acceso están se encuentran en condiciones normales lo que si permite que se lleve a cabo la actividad turística.

### 3.3.5.4. Servicios de Transporte

La parroquia Pintag, posee gran potencial en la económica popular y solidaria, una de ellas es la rama de transporte; esta actividad aporta con la dinamización económica y promueve el desarrollo turístico de la zona. A continuación, se muestra las unidades de transporte que existen en la parroquia. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Pintag, 2015)

- Cooperativa camionetas Antisana
- Buses General Píntag
- Cooperativa Las cumbres
- Expreso Antisana
- Cooperativa Pinta brava
- Cooperativa Taxis Aresilsa.

### 3.3.6. **Superestructura Turística**

En este aspecto se incluye la superestructura turística; esto es el conjunto de organizaciones tanto públicas como privadas que se encuentran en la parroquia, a fin de ayudar al fomento de las actividades económicas, turísticas, agrícolas y otras; con el objeto de facilitar el acceso, producción y venta de todos los servicios que componen el sistema turístico de la zona. Dentro de las principales organizaciones gubernamentales con las que se relaciona la parroquia, para la gestión de actividades se tiene: el área técnica de Pintag del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (Pichincha), así también la oficina de información de la Reserva Ecológica Antisana, dirigido por el Ministerio de Ambiente.

### 3.3.7. Organizaciones Involucradas

**Tabla 11 Organizaciones Involucradas**

<b>Nombre</b>	<b>Fines/Razón social</b>
G.A.D. Parroquial	Dirige la labor de infraestructura, tanto de la cabecera parroquial como de todos los barrios y comunidades.
Policía Comunitaria Pintag	Mejorar la calidad de vida y fortalecer los principios de civismo, seguridad, vecindad y solidaridad en los pobladores.
Tenencia Política	Organizar y coordinar e implementar estrategias de desarrollo parroquial.
Oficina Técnica Ministerio del Ambiente Pintag	Promover la cultura ambiental, de cuidado y protección de los recursos naturales existente en la parroquia.
Asociación de Prestadores de Servicios Turísticos de Pintag (Asoptur).	Ofrecen servicio de guías para realizar cabalgatas hacia los páramos, además ofrecen alimentación en las casas rurales de la parroquia.
Asociación del Páramo de San Agustín	Protección de los páramos y mantener un ambiente sustentable.
Asociación El Cóndor	Protección del cóndor andino, la flora y fauna de la parroquia.
Fundación Artesana	Conservación de la naturaleza y Cuidado de la reserva
Asociaciones de Transportistas.	Sirven como medio de transporte desde la parroquia hacia otras localidades.
Centro Andino de Cultura	Rescate, promoción y desarrollo de la actividad cultural en la parroquia.
Organizaciones campesinas San Alfonso, El Carmen, Santa Rosa, Valencia, Ubillús y Tolontag	venta de alimentos, bebidas, artesanías, y otros productos de la zona.
Asociación Muertepungo	Servicio de guía por territorios turísticos y cabalgatas.

**Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Pintag, 2015)**  
**Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

Con respecto a los elementos de turismo seleccionados, se tomó en cuenta aquellos que contienen servicios de alimentación, hospedaje, y otras actividades que se puedan realizar e integrar al producto agro turístico, de acuerdo a las necesidades de los visitantes.

**Nombre del producto agro turístico: “Belleza rural en un mágico lugar”**

Tabla 12. Detalle de Producto agro turístico

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO</b>	
<b>Eje temático:</b>	Integración de las actividades turísticas y agroindustriales.
<b>Mercado objetivo:</b>	Turistas de entre 40y 80 años. Quienes estén dispuestos a sumergirse en el mundo rural, dejando de lado el ajetreo de la ciudad, con deseos de involucrarse y participar en los procesos agroindustriales, procesos de elaboración de lácteos, actividades rurales y disfrutar de la gastronomía de la parroquia Píntag, recorridos por lugares turísticos, alimentar a animales de la granja y otros.
<b>Componentes</b>	La propuesta de diseño de un producto agro turístico, está enfocado a la dinamización e impulso, hacia el desarrollo turístico rural. Por medio de integrar todas las actividades que agreguen valor y brindar experiencias únicas al cliente, mediante la sinergia de todas las partes interesadas de la parroquia. Además, es una zona que esta presta para actividades agras turísticas.
<b>FUNDAMENTACIÓN (importancia)</b>	
La parroquia Píntag, posee atractivos turísticos naturales, para que las familias y adultos de tercera edad puedan participar e involucrarse en todas las actividades que se puede realizar en el sector rural. Dejando de lado el ajetreo y bullicio de la ciudad. El turismo es fuente de dinamización económica y desarrollo sostenible de la región, por lo que el agroturismo está ganando cada vez más protagonismo.	
<b>CALIDAD NECESARIA EN INFRAESTRUCTURA</b>	
Infraestructura turística	Vías en buen estado, señaléticas de seguridad y contar con los servicios básicos.
Actividades turísticas	Todos los espacios, establecimientos o negocios, deben estar en óptimas condiciones para realizar actividades agras turísticas.
Planta turística	Los establecimientos, negocios u organizaciones deben poseer el respectivo permiso de funcionamiento. Esto es los restaurantes, haciendas, centros turísticos, establecimientos de alojamiento, y otros.
Accesibilidad	Las vías deben ser de primero orden, con señaléticas de los lugares turísticos y puntos de emergencia.
<b>CALIDAD NECESARIA EN EL PRODUCTO AGROTURISTICO</b>	
Seguridad	Se implementará el sistema de vigilancia y señalización en todas las áreas necesarias. Todos los establecimientos deben contar con un botiquín de primeros auxilios.
Recursos humanos	Socialización y capacitación técnica a todos los interesados, a fin de proporcionar un buen servicio.
Tecnología	Promocionar el producto mediante las redes sociales, páginas web y videos en YouTube.

Elaborado por: **Elaborado por: Daisy Estefanía Revelo Chávez**

### 3.3.8. Producto de agroturismo

#### Itinerario

Se Elaboró dos itinerarios como alternativas para visitar la parroquia de Pintag, que nos permitirá orientarnos hacia varios puntos en una trayectoria que va a ser visitado, en base a tiempos y actividades.

#### 3.3.8.1. Itinerario 1

**Tabla 13. Descripción del Paquete Agro turístico  
PAQUETE “Belleza rural en un mágico lugar “**

<b>PAQUETE “Belleza rural en un mágico lugar “</b>		
<b>Código: 001</b>	Estilo: Caminata y cabalgata	
<b>Grado de dificultad: Fácil</b>	Duración: 1 día	
<b>Tipo de actividad: Agro turístico de naturaleza</b>	Idioma guía: español / Ingles	
<b>ITINERARIO</b>		
<b>DIAS</b>	<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>DIA 1</b>	08:00 am	Encuentro en el Sector del Colibrí
	08:30 am a 9:30 am	Desayuno en el Hostal Vista Hermosa
	10:00 am a 12:00 pm	Observación de procesos agroindustriales (elaboración de quesos)
	12:30 pm a 13:30	Llegada a la Hostería la Ponderosa Almuerzo degustación de comida típica
	14:00 pm 17:00 pm	Actividades recreativas (vóley, futbol) Pesca deportiva Cabalgatas Balneario
	17:30 pm	Retorno
<b>REQUERIMIENTOS DE LA VISITA</b>	Documentos personales Ropa ligera Gorra de sol Protector solar Cámara Fotográfica	
<b>INCLUYE</b>	Desayuno Almuerzo	
<b>NO INCLUYE</b>	Costo entrada a la Hostería	
	Transporte	
	Gastos personales Propinas	

Elaborado por: **Daisy Estefanía Revelo Chávez**

### 3.3.8.2. Itinerario 2

PAQUETE “Belleza rural en un mágico lugar “		
<b>Código: 001</b>	<b>Estilo:</b> Caminata, observación de flora y fauna	
<b>Grado de dificultad: Fácil</b>	<b>Duración:</b> 1 día	
<b>Tipo de actividad: Agroturismo</b>	<b>Idioma guía:</b> español / Ingles	
ITINERARIO		
DÍAS	HORA	ACTIVIDADES
<b>DIA 1</b>	08:00 am	Encuentro en el Sector del Colibrí
	08:30 am a 9:30 am	Desayuno en Hostal Vista Hermosa
	10:00	Observación de los procesos agroindustriales (elaboración de yogurt en la quesería Heredia)
	10:30 am	Salida hacia la Reserva Ecológica Antisana
	11:30	Llegada a la Reserva y entrega de un box lunch
	11:45 am a 14:00 pm	Caminata por los senderos observación de flora y fauna, fotografía y pesca
	14:30 pm	Avistamiento de cóndores mirador Tambo Cóndor
	15:00 pm	Almuerzo en la Hostería Guaytara
	16:00 pm	Observación del proceso de alimentación del ganado, fotografía
	17:00 pm	Retorno
<b>REQUERIMIENTOS DE LA VISITA</b>	Documentos personales Ropa abrigada Cámara Fotográfica	
<b>INCLUYE</b>	Desayuno	
	Almuerzo	
	Guía	
<b>NO INCLUYE</b>	Transporte	
	Gastos personales	
	Propinas	

Elaborado por: **Daisy Estefanía Revelo Chávez**

### 3.3.9. Integración de oferta Turística, vinculación con el agroturismo.

El agroturismo es una modalidad turística que no es independiente ya que esta se asocia a otros tipos de turismo que trabajan conjuntamente con esta actividad permitiendo de esta manera generar experiencias únicas en los turistas entre los cuales se encuentra el turismo rural ,el cual permite involucrar a visitantes en actividades relacionadas con la participación de comunidades , el disfrute de gastronomía campestre, el turismo de naturaleza el cual permite la observación de aves , senderismo, fotografía, apreciación, caminata por los páramos y observación de paisajes , el turismo cultural el que permite la apreciación de festividades importantes dentro de un destino permitiendo conocer más tradiciones y costumbres

de ese lugar y el turismo gastronómico mediante el cual degustaremos comida típica del lugar permitiendo conocer diferentes ingredientes y preparación.

Todas estas modalidades de turismo complementan al agroturismo permitiendo de esta manera ofertar un producto de calidad que satisfagan las necesidades del turista.

## CONCLUSIONES

El diseño del producto agro turístico en la parroquia Píntag, se realiza con el objeto de potencializar el uso sustentable y sostenible del medio ambiente, a través de actividades agro turísticas, mediante el cual se articula a todos los sistemas productivos a fin de ofertar actividades y servicios de turismo al público meta.

La etapa de fundamentación teórica en torno al diseño del producto agro turístico, permitió conocer sobre temas de interés y ampliar la investigación. Para poder sustentar teóricamente y apoyar en la parte práctica del diseño, se identificó todos los procesos que involucra la realización del producto, así también se determinó el marco metodológico. La información teórica se detalló de manera clara, concisa y de fácil comprensión.

Para el diseño del producto agro turístico, se utilizó la metodología propuesta por Gómez Glicería 2014, del cual se tomó la fase II de diseño del producto, mismo que se subdivide en tres etapas, en la primera consta la identificación de los recursos y atractivos turísticos y en la segunda se refiere estrictamente a la parte

Práctica del diseño del producto, es decir la generación y selección de ideas, actividades a realizar y la caracterización del producto, finalmente en la etapa III, se desarrolla el producto agro turístico e integración de la oferta turística.

Posterior al análisis de todos los factores y elementos que posee la parroquia Píntag, se obtiene un producto agro turístico, que integra a la sociedad, las actividades productivas, y los factores turísticos. Este producto permitirá potencializar los atractivos turísticos, el desarrollo local y la dinamización económica de la parroquia.

Se plantea un nuevo producto agro turístico, apto para la implantación basado en investigaciones teóricas, prácticas, fundamentadas en investigaciones de campo que permitió recopilar informaciones veras y contundente para el diseño del mismo. Este producto, será un medio que generará fuentes de ingresos y de gran aporte para la economía del sector.

## RECOMENDACIONES

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Píntag, debe implementar acciones conjuntas con organizaciones gubernamentales o públicas, afín de buscar soluciones a las principales problemáticas como es la vialidad, seguridad y la gestión de riesgos. Esto con el objeto de mejorar la infraestructura local que permita la inversión e implantación del producto agro turístico. Para poder potenciar los atractivos naturales, culturales y religiosos innatos del sector.

Se debe promover e incentivar a todos los pobladores, para que se inserten en el producto agro turístico. Así también, pregonar la importancia de la mantención y conservación de los espacios naturales como la flora y la fauna, áreas protegidas, ya que estos pueden ser potencializados mediante actividades no destructivas beneficiándose tanto la población como el medio ambiente.

Contar con señaléticas y gestión de riesgos, debe ser un eje primordial para la parroquia Píntag, ya que de esta manera se salvaguarda la vida de los pobladores y de los visitantes del sector. Las actividades turísticas, se podrán realizar sin inconvenientes. Acción que debe realizarse a la brevedad posible, ya que algunos sectores incluso permanecen en constante peligro de algún evento natural o vial, esto podría afectar a toda la población.

Finalmente se recomienda, implementar el producto agro turístico a fin de generación de fuentes de empleo, integración de todos los ejes productivos y aprovechamiento del ambiente natural, cultural y religiosos que posee la parroquia. Por lo que, además, se contribuirá con la conservación de las especies en peligro de extinción. Este producto incentivará a los turistas a realizar actividades rurales, campesinas, a las que en la ciudad no se puede acceder, por lo que se ofrecerá experiencias únicas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, J., & Jaramillo, G. (8 de 03 de 2015). *El papel de la descripción en la investigación cualitativa*. Recuperado el 27 de 02 de 2019, de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0717-554X2015000200006&lng=es&nrm=iso](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0717-554X2015000200006&lng=es&nrm=iso)
- Aldaz, M. (2017). *Plan de Desarrollo Turístico Alternativo para la Parroquia de Pintag*. Recuperado el 25 de 03 de 2019, de <http://157.100.241.244/bitstream/47000/1340/1/UISRAEL-EC-ADMH-378.242-2017-004.pdf>
- Armijos, J., & Correa, A. (2012). *Elaboración de un Plan de Marketing Turístico para el teatro Bolívar de la ciudad de Loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Recuperado el 24 de 01 de 2019, de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2503/1/TESIS.pdf>
- Arruda, D., & Bramco, M. (12 de 07 de 2012). *Oferta turística virtual. Un estudio del metaverso*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056005.pdf>
- Ávila, D. (6 de 03 de 2012). *Sistema Turístico*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://es.slideshare.net/davila73/sistema-turstico-12304405>
- Blanco, M., & Riveros, H. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2016/B1708e.pdf>
- Cardet, E., Palao, R., & González, Y. (2018). *Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n1/rdir01118.pdf>
- Cevallos, D. (07 de 03 de 2018). *Análisis de la Potencialidad de los Recursos Turísticos como eje de Desarrollo Local . Caso Píntag*. Recuperado el 14 de

02 de 2019, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14422/1/T-ESPE-057735.pdf>

Chile, Servicio Nacional de Turismo. (12 de 2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrados*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>

Comunidad Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores. (2016). *El nuevo marketing turístico*. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <https://comunidad.iebschool.com/marketuris/>

Cuevas, A. (03 de 09 de 2017). *Como atraer turistas a tu ciudad en 10 pasos*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://medium.com/@aracuevas/como-atraer-turistas-a-tu-ciudad-en-10-pasos-79ba1cbda7dd>

De la Colina, J. (2002). *El Concepto del Producto Turístico*. Recuperado el 07 de 01 de 2019, de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)

De la Cruz, C. (27 de 02 de 2013). *Turismo y Espacio Geográfico*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://es.slideshare.net/Candela69/tema-1-turismo-y-espacio-geogrifico-16812715>

Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza – SECO. (2014). *Manual Planificación Productos Turísticos*. Recuperado el 13 de 01 de 2019, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

Ecuador Inmediato. (2019). *Ecuador apuesta por agroturismo para fortalecer zonas rurales*. Recuperado el 20 de 01 de 2019, de [https://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818836975&umt=ecuador\\_apuesta\\_por\\_agroturismo\\_para\\_fortalecer\\_zonas\\_rurales](https://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818836975&umt=ecuador_apuesta_por_agroturismo_para_fortalecer_zonas_rurales)

Ecuador, Instituto Metropolitano de Patrimonio. (28 de Mayo de 2016). *Parroquialización de Píntag*.

Ecuador, Ministerio de Turismo. (12 de 12 de 2016). *Actualización de Inventario de Atractivos Turísticos-Pichincha*. Recuperado el 16 de 05 de 2019, de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004.pdf>

Ecuador, Ministerio de Turismo. (10 de 05 de 2018). *Agroturismo, estrategia que se trabaja con los actores de la industria turística nacional*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/agroturismo-estrategia-que-se-trabaja-con-los-actores-de-la-industria-turistica-nacional/>

Ecuador, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (1996). *Miscelánea histórica de Píntag*. Quito: Abya Yala.

Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010- Provincia de Pichincha*. Quito.

Entorno Turístico. (2019). *Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros*. Recuperado el 11 de 02 de 2019, de <https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

Equipo Consultor Tourism & Leisure-Europraxis. (2017). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "Plandetur 2020"*. Recuperado el 15 de 12 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Fassler, D. (2013). *Diseños de productos turísticos del Ecuador para el mercado Alemán*. Recuperado el 20 de 02 de 2019, de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/2970/1/23T0375.pdf>

García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). *Estadística Empresarial* (1a ed.). España: Universidad de Cádiz. Recuperado el 3 de Febrero de 2019, de <https://www.marcialpons.es/libros/estadistica-empresarial/9788498280562/>

Gest Forest. (03 de 05 de 2013). *Agroturismo*. Recuperado el 02 de 12 de 2018, de <https://gestforest.wordpress.com/2013/05/03/agroturismo/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Pintag. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Píntag*. Recuperado el 14 de 12 de 2018, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1768069580001\\_PINTAG%20Diagnostico\\_30-10-2015\\_02-15-53.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1768069580001_PINTAG%20Diagnostico_30-10-2015_02-15-53.pdf)

Gómez, G. (04 de 08 de 2014). *Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9624/1/Procedimiento%20metodol%C3%B3gico%20de%20dise%C3%B1o%20de%20productos%20tur%C3%ADsticos%20para%20facilitar%20nuevos%20emprendimientos.pdf>

González, M. (07 de 05 de 2015). *La escasa información de las actividades históricas, culturales, religiosas y turísticas de la parroquia de Pintag y su incidencia en la afluencia de turistas*. Recuperado el 10 de 03 de 2019, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6142/1/T-UCE-0009-511.pdf>

González, Ó. (2003). *Análisis Estructural* (1a ed.). México, México: Limusa, S.A. Recuperado el 23 de 02 de 2019, de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=0Ztw0Q-ywAoC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Gonz%C3%A1lez,+C.+\(2003\).+An%C3%A1lisis+Estructural.+M%C3%A9xico:+Limusa,+S.A.&ots=vvbxwFOiqT&sig=g2Qsk4iuzhfrT5Lu9dZ1TeolULc#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=0Ztw0Q-ywAoC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Gonz%C3%A1lez,+C.+(2003).+An%C3%A1lisis+Estructural.+M%C3%A9xico:+Limusa,+S.A.&ots=vvbxwFOiqT&sig=g2Qsk4iuzhfrT5Lu9dZ1TeolULc#v=onepage&q&f=false)

Jiménez, C. (08 de 12 de 2016). *Mapa de la Parroquia de Pintag*. Recuperado el 16 de 03 de 2019, de <https://www.emaze.com/@AWTIZFFR/Parroquia-de-P%C3%ADntag>

Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación* (1a ed.). México: Exford University Press México S.A. Recuperado el 23 de Marzo de 2019, de <http://biblio.upmx.mx/library/index.php?title=312629&lang=es&query=@title=S>

pecial:GSMSearchPage@process=@subheadings=ELABORACION%20DE%  
20PROYECTOS%20METODOLOGIA%20LEMB%20@mode=&recnum=10

Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). *Diseño de productos turísticos y sus facilidades*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf)

Nel-lo Andreu, M. (2004). *Evaluación de la Infraestructura y Servicios Turísticos en Áreas Protegidas*. Recuperado el 22 de 06 de 2019, de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n3-4a10.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2013). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Pacaz, R. (2014). *Súperestructura turística*. Recuperado el 24 de 02 de 2019, de Universidad Francisco Gavidia: [https://www.academia.edu/6498887/Super\\_Estructura\\_Turistica](https://www.academia.edu/6498887/Super_Estructura_Turistica)

Paguay, J. (14 de 10 de 2011). *Estudio Agroturismo en Ecuador*. Recuperado el 13 de 12 de 2018, de <https://jorgepaguay.wordpress.com/2011/10/14/agroturismo-en-ecuador/>

Quezada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia. Recuperado el 14 de 01 de 2019, de [https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Quintana, H. (10 de 02 de 2015). *Plan de Desarrollo Sostenible de la Parroquia Píntag, Cantón Quito, Provincia de Pichincha*. Recuperado el 20 de 05 de 2019, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3907/1/23T0446%20.pdf>

Quito Cultura. (03 de 05 de 2015). *Parroquia Píntag*. Recuperado el 13 de 03 de 2019, de <http://www.quitocultura.info/venue/parroquia-pintag/>

- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. doi:10.21158/01208160.n82.2017.1647
- Salgado, D. (2010). *Propuesta estratégica para impulsar la actividad turística en la parroquia de Pintag cantón Quito*. Recuperado el 24 de 03 de 2019, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1644/1/43282\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1644/1/43282_1.pdf)
- Saravia, M. d., & Muro, M. (08 de 2016). *Productos turísticos. Metodología para su Elaboración*. Recuperado el 06 de 02 de 2019, de <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/593819f510992.pdf>
- Simbaña, L. (19 de 10 de 2013). *Píntag y su alternativa para la práctica de deportes. Diseño de una guía informativa de los sitios para la práctica de deportes de montaña*. Recuperado el 16 de 03 de 2019, de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1210/1/65-TURISM-13-13-1718900440.pdf>
- Socatelli, M. (Noviembre de 2015). *Mercadeo Aplicado al Turismo: la comercialización de servicios, productos y destinos turísticos sostenibles* (1a ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. doi:9789968481021.
- Soto, R. (26 de 10 de 2013). *Sistema Turístico*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267>
- Unión de Naciones Suramericanas. (2014). *Catálogo de instituciones y redes de investigación e información sobre recursos naturales* (1a ed.). Quito, Ecuador: Unasur. Recuperado el 26 de Junio de 2019, de <http://biblioteca.olade.org/opac-tmpl/Documentos/cg00168.pdf>
- Universidad Metropolitana. (2016). *Lineas de investigación*. Recuperado el 24 de 11 de 2018, de <http://www.umet.edu.ec/politica-cientifica/>
- Uruguay, Ministerio de Turismo y deporte. (18 de 08 de 2013). *Manual de productos turísticos*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <https://issuu.com/uruguaynatural/docs/manualproductoturistico>

Varisco, C. (14 de 06 de 2014). *El Sistema turístico*. Recuperado el 12 de 12 de 2018, de <http://nulan.mdp.edu.ar/2681/1/varisco-2014.pdf>

## ANEXOS

Anexo 1 Formato de entrevista



### Entrevista aplicada a presidente de la junta parroquial de Pintag

#### Preguntas

1. ¿La parroquia está organizada para ofertar productos y servicios turísticos a turistas nacionales y extranjeros?

.....  
.....  
.....

2. ¿Existe apoyo por parte del gobierno parroquial para fortalecer el turismo?

.....  
.....  
.....

3. ¿Actualmente existen proyectos de agroturismo en la parroquia Pintag?

.....  
.....  
.....

4. ¿Considera que el desarrollo de un producto de agroturismo puede contribuir al mejorar las condiciones de vida de los habitantes?

.....  
.....  
.....

5. ¿Qué tipo de atractivos turísticos posee la parroquia para el desarrollo de un producto de agroturismo?

.....  
.....  
.....

## Anexo 2

### Respuesta de la entrevista

Preguntas	Respuesta
¿La parroquia está organizada para ofertar productos y servicios turísticos a turistas nacionales y extranjeros?	Sí, porque en la actualidad se cuenta con un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y un Plan de Desarrollo Turístico. Sin embargo, es esencial que se actualice los mismos, en el que se establezca acciones concretas para una oferta adecuada de los productos y servicios turísticos.
¿Existe apoyo por parte del gobierno parroquial para fortalecer el turismo?	Claro que existe apoyo y nosotros como parte de la Junta Parroquial estamos solicitando que se realice la difusión necesaria para ofertar las actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia, pero el presupuesto destinado no es suficiente.
¿Actualmente existen proyectos de agroturismo en la parroquia Píntag?	Según mi conocimiento no existen proyectos basados en agroturismo en la parroquia, pues, la mayoría se enfoca en actividades turísticas de aventura. Por lo que sería interesante que se establezca acciones referentes al agroturismo.
¿Considera que el desarrollo de un producto de agroturismo puede contribuir al mejorar las condiciones de vida de los habitantes?	Por supuesto debido a que este tipo de propuestas serviría no solo para el desarrollo de las actividades desde diferentes modos de realizar turismo, sino también para que los habitantes de la parroquia mejoren sus condiciones de vida a través de una fuente de trabajo e ingresos.
¿Qué tipo de atractivos turísticos posee la parroquia para el desarrollo de un producto de agroturismo?	En la parroquia existen diversos atractivos que pueden formar parte del agroturismo debido a las haciendas ubicadas en la zona como las dedicadas a la producción de queso artesanal, agroindustriales, granjas, la gastronomía, entre otros.

## Anexo 3

### Fotografías







### Elaboración de quesos

