

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN TURÍSTICA HOTELERA**

**TEMA: DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA
PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS SECTOR QUITZAYA.**

AUTORA: SILVIA HIDUVINA BENALCÁZAR CALDERÓN

TUTOR: ING. JONATHAN SANTIAGO PROAÑO VARELA

QUITO-2019

DRA. HIROSHIMA VILLALVA MIRANDA
NOTARIA CUADRAGÉSIMA SEXTA DEL CANTÓN QUITO

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

ESCRITURA No. 20191701046P00631

DECLARACIÓN JURAMENTADA

QUE OTORGA:

SILVIA HIDUVINA BENALCAZAR CALDERON

CUANTÍA: INDETERMINADA

Di: 2 copias

C.B.



En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, Capital de la República del Ecuador, hoy día, sábado cero nueve (09) de febrero del dos mil diez y nueve, ante mí, DOCTORA HIROSHIMA VILLALVA MIRANDA, NOTARIA CUADRAGÉSIMA SEXTA DEL CANTON QUITO, comparece la señora: SILVIA HIDUVINA BENALCAZAR CALDERON, de estado civil casada, por sus propios derechos. La compareciente es ecuatoriana, mayor de edad, domiciliada en Pomasqui Avenida Manuel Córdova Galarza y Marieta Veintimilla Pasaje Uno de esta ciudad de Quito, con número de teléfono cero nueve ocho cuatro tres nueve nueve seis tres tres, con dirección electrónica hidub2009@hotmail.com, legalmente capaz para contratar y obligarse, a quien identifico con su presencia y con las cédulas que me presenta; al efecto, bien advertida de la gravedad del juramento y de las penas de perjurio: Declaro bajo juramento y conocedor plenamente de las penas de perjurio que el tema y contenido del proyecto de tesis denominado "DISEÑO DEL PRODUCTO DE AGRO TURISMO EN LA PARROQUIA DE SAN JOSE DE

1 MINAS SECTOR QUITZAYA", previo a la graduación y titulación de Ingeniera en
2 Gestión Hotelera y Turística NO constituye copia textual o plagio, asumiendo la
3 responsabilidad respecto a la autoría del tema y contenido presentado por la
4 declarante para su aprobación, ejecución y desarrollo. Además declaro que cedo
5 los derechos y el contenido de la presente investigación a la Universidad
6 Metropolitana UMET, para que sirva de fuente de información y conocimiento para
7 la utilidad académica universitaria. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la
8 verdad. Hasta aquí la declaración de la compareciente que se ratifica en todo su
9 contenido, la misma que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal.
10 La compareciente me presenta sus respectivos documentos de identidad, cuyos
11 números se encuentran vigentes anotados al final del presente instrumento
12 público. Para la celebración de la presente escritura pública se observaron todos
13 los preceptos legales del caso, y leída que le fue a la compareciente íntegramente
14 por mí, el Notario, se ratifica y firma conmigo en unidad de acto. **DE TODO LO**

15 **CUAL DOY FE.-**

16

17

18

SILVIA HIDUVINA BENALCAZAR CALDERON

19

20

21

22

23

DRA. HIROSHIMA VILLALVA MIRANDA

24

NOTARIA CUADRAGÉSIMA SEXTA DEL CANTÓN QUITO

25

26

27

28

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
BENALCAZAR CALDERON
SILVIA HIDUVINA
LUGAR DE NACIMIENTO
PICHINCHA
QUITO
SAN JOSE DE MINAS
FECHA DE NACIMIENTO 1990-01-14
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO MUJER
ESTADO CIVIL CASADO
FRANKLIN GEOVANNY
GUAPI YUMAGLLA

Nº 172059635-0





INSTRUCCIÓN BACHILLERATO
APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE BENALCAZAR CONDE CARLOS
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE CALDERON FLORES MARGARITA
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN QUITO
2018-11-23
FECHA DE EXPIRACIÓN 2028-11-23

PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE

V333314222

00076788

DIRECTOR GENERAL *[Signature]*
PRIMA DEL CEDULADO *[Signature]*




CERTIFICADO DE VOTACIÓN
4 DE FEBRERO 2018

001 JUNTA Nº
1720596350

001 - 252 NÚMERO
BENALCAZAR CALDERON SILVIA HIDUVINA
APELLIDOS Y NOMBRES

1720596350 CÉDULA

PICHINCHA PROVINCIA
QUITO CANTÓN
SAN JOSE DE MINAS PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:
ZONA 1




REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

[Signature]
PRESIDENTE DE LA JRV

Se otorgó ante mí, en fe de ello confiero esta PRIMERA COPIA CERTIFICADA de la escritura pública de DECLARACIÓN JURAMENTADA que otorga SILVIA HIDUVINA BENALCAZAR CALDERON.-Debidamente firmada y sellada en Quito, a cero nueve (09) de febrero del dos mil diez y nueve.

[Signature]

DRA. HIROSHIMA WILLALVA MIRANDA
NOTARIA CUADRAGÉSIMA SEXTA DEL CANTÓN QUITO





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: 1720596350

Nombres del ciudadano: BENALCAZAR CALDERON SILVIA HIDUVINA



Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/PICHINCHA/QUITO/SAN JOSE DE MINAS

Fecha de nacimiento: 14 DE ENERO DE 1990



Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: GUAPI YUMAGLLA FRANKLIN GEOVANNY

Fecha de Matrimonio: 23 DE NOVIEMBRE DE 2018

Nombres del padre: BENALCAZAR CONDE CARLOS

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: CALDERON FLORES MARGARITA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 23 DE NOVIEMBRE DE 2018

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 9 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: CRISTIAN ALEJANDRO BARROS ADRIANO - PICHINCHA-QUITO-NT 46 - PICHINCHA - QUITO

N° de certificado: 197-196-92574



197-196-92574

Lcdo. Vicente Taiano G.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ing. Jonathan Proaño, en calidad de Asesor del Trabajo de Investigación designado por la Cancillería de la UMET, certifico que la estudiante: **SILVIA HIDUVINA BENALCÁZAR CALDERÓN** ha culminado el trabajo de investigación, con el Tema: **DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS SECTOR QUITZAYA**, quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por lo que se aprueba la misma.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado a hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente.

Ing. Jonathan Proaño

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Declaración de autoría de trabajo:

Yo, **SILVIA HIDUVINA BENALCÁZAR CALDERÓN**, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador "UMET", declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre, **DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS SECTOR QUITZAYA**, así como las expresiones vertidas en la misma son autoría del compareciente, quien ha realizado la investigación en base a recopilación bibliográfica, páginas de internet y consultas de campo.

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.

Atentamente.



Silvia Hiduvina Benalcázar Calderón

C. I. 172059635-0

CESIÓN DE DERECHOS

El trabajo de investigación con el tema **DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS SECTOR QUITZAYA**, cuya autora es: **SILVIA HIDUVINA BENALCÁZAR CALDERÓN** con C.I. N° 172059835-0, manifiesta en forma libre y voluntaria que: Cedo los derechos de la presente tesis a la Universidad Metropolitana de Ecuador y que el contenido sirva de fuente de información y conocimiento para el progreso científico de los estudiantes y profesores universitarios.

Atentamente.,



Silvia Hiduvina Benalcázar Calderón

C. I. 172059635-0

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi hermano Raúl Benalcázar quien siempre será mi amigo, confidente y desde el cielo guía mis pasos y estará muy feliz porque logramos una meta que empezamos juntos. A todas aquellas personas que me han brindado su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos de mi vida, por sus sabios consejos, palabras de aliento, y así poder seguir con éxito mi camino trazado en la vida.

Pero sobre todo quiero dedicar mi tesis a DIOS, a mi madre, a mis hermanos, a mi esposo ya que ellos han sido y seguirán siendo el motor fundamental a lo largo de mi camino.

SILVIA BENALCÁZAR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a **DIOS**, por concederme la Bendición de la vida y la salud, por derramar sabiduría sobre mí para culminar con éxito una meta más en mi vida profesional.

Agradezco a **mis padres**, por haber inculcado en mí, valores importantes que un ser humano necesita para vivir, por sus sabios consejos, por su esfuerzo y sacrificio.

Agradezco a **mis hermanos**, por su cariño, por su apoyo, por su ayuda incondicional y por siempre confiar en mí.

Agradezco a **mi esposo**, por siempre estar apoyándome, guiándome, pero sobre todo por su paciencia, cariño y comprensión para que este proyecto haya surgido con éxito.

Agradezco a **mis compañeros** de trabajo, por las palabras de aliento, por su ayuda, por la confianza puesta en mí. A mi jefatura por ser una persona noble y comprensiva durante la investigación de este proyecto.

Agradezco a **mis compañeros** de aula, que siempre estuvieron apoyándome con palabras de aliento con ideas, pero sobre todo estuvieron pendientes de que mi tema de tesis haya sido un éxito.

Agradezco a los **profesores**, Francisco Jiménez, Stalin Pazmiño y Luis Ludeña quienes siempre estuvieron pendientes con ideas y mejoramiento en mi proyecto de investigación. Gracias por ser esas personas humildes y comprensivas al momento de enseñar a los estudiantes.

Un agradecimiento especial al **Ing. Jonathan Proaño**, mi tutor de tesis, quien ha sabido orientarme y guiarme en el desarrollo de mi investigación. Así también agradezco a la **Ing. Patricia Medina**, mi lectora por trasmitirme conocimientos y profesionalismo. **¡GRACIAS A TODOS!**

CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	VI
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO	X
RESUMEN	XV
abstract	XVI
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	2
Marco teórico para Diseño del producto de agroturismo	2
1.1. Antecedentes Teóricos	2
1.2. Turismo	4
1.2. Agroturismo	7
1.3. Producto turístico	7
1.3.1. Diseño de un producto turístico	8
1.4. Producto Agro turístico.....	9
1.5. Agroturismo en Ecuador	10
1.6. Agroturismo en la provincia de Pichincha	10
1.7. Potencial agro turístico en la parroquia de San José de Minas	11
1.8. Sistema turístico.....	12
1.9. Oferta turística.....	12
1.9.2. Patrimonio turístico	14
1.9.3. Los Recursos Turísticos	14
1.9.4. Planta Turística.....	14
1.9.5. Equipamiento turístico.....	15
1.9.6. La Infraestructura Turística	15
1.10. Demanda Turística	16
CAPÍTULO II	17
2. Marco Metodológico Diseño de un producto de agroturismo.....	17
2.1. Situación Problemática	18
2.2. Formulación del problema.....	18
2.3. Objeto de Estudio	19
2.4. Objetivos	19
2.4.1. Objetivo General.....	19
2.4.2. Objetivos Específicos.....	19

2.5.	Planificación metodológica de la investigación	20
2.6.	Metodología para diseñar un producto de agroturismo.	21
2.7.	Esquema metodológico	23
2.8.	Justificación de la Metodología	24
2.8.1.	Análisis del destino turístico- Estudio de mercado	24
2.8.2.	Delimitación del destino turístico	25
2.8.3.	Análisis del mercado turístico	26
2.8.4.	Análisis del contexto social político y económico	27
2.9.	Conceptualización del producto de Agro turismo	28
2.10.	Diseño del producto turístico.....	29
2.10.1.	Descripción del producto turístico.....	30
2.10.2.	Evaluación y condiciones actuales del producto turístico	30
2.10.3.	Grafico del producto turístico	30
CAPITULO III		31
3.	Propuesta del Diseño del producto turístico de agroturismo	31
3.1.	Objetivo general de la propuesta	31
3.2.	Fase N° 1 Análisis del destino turístico	31
3.2.1.	Delimitación del destino turístico	31
3.3.	Análisis del Mercado Turístico	35
3.3.1.	Estudio de Mercado	35
3.4.	Oferta Turística	53
3.4.1.	Planta turística	53
3.4.2.	Infraestructura Turística	56
3.5.	Análisis Social, Político y Económico.....	58
3.5.1.	Económica	58
3.5.2.	Política.....	60
3.6.	Análisis FODA	¡Error! Marcador no definido.
3.6.1.	Estrategias para la ejecución y mejora de la Matriz FODA	63
3.7.	Fase N° 2 Conceptualización del producto turístico	64
3.8.	Fase N° 3 Diseño Producto Turístico	68
3.8.1.	Descripción detallada del producto turístico.....	68
3.9.	Evaluación de las condiciones.....	76
3.9.1.	Grafico del Producto Turístico	77
Conclusiones		78

Recomendaciones.....	79
Bibliografía	80

Índice de Tablas

Tabla 1. Capacitación pequeños productores de Pichincha	11
Tabla2 ¿Cómo fomentar la oferta del agroturismo en la parroquia de San José de Minas?.....	17
Tabla 3. Métodos de Investigación	20
Tabla 4. Matriz de Metodologías	22
Tabla 5 Metodología	23
Tabla 6. Análisis del destino turístico.....	25
Tabla 7. Perfil del turista	26
Tabla 8. Planta de Infraestructura Turística.....	27
Tabla 9. Segmentación del Mercado geográfico.....	31
Tabla 10. Segmentación del mercado demográfico	32
Tabla 11. Segmentación del mercado pigtográfico	32
Tabla 12. Segmentación del mercado conductual.....	32
Tabla 13 Cálculo de la muestra	42
Tabla 14 Encuestas por zonas	43
Tabla 15. Pregunta 1. Visitas a la parroquia	43
Tabla 16. Pregunta 2 Nº de acompañantes	44
Tabla 17 Pregunta 3 Frecuencia de visitas.....	45
Tabla 18. Pregunta 4. Motivación de viaje.....	46
Tabla 19 Pregunta 5 Tipo de turismo.....	47
Tabla 20 Pregunta 6. Actividades de agroturismo	48
Tabla 21Pregunta 7. Interés de practicar agroturismo	49
Tabla 22Pregunta 8 Planificación de viaje	50
Tabla 23 Pregunta 9 Medios de comunicación.....	51
Tabla 24 Pregunta 10 Plataforma Virtual.....	52
Tabla 25 Atractivos Turísticos de San José de Minas.....	53
Tabla 26 Restaurantes.....	54
Tabla 27 Alojamiento	55
Tabla 28 Buses	56
Tabla 29 Camionetas.....	57
Tabla 30 Inflación en los últimos 5 años.....	59

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Recursos de la oferta turística	13
Gráfico 2. Pasos de la Conceptualización.....	29
Gráfico 3. Ubicación Geográfica de San José de Minas	33
Gráfico 4 Población de Quito	39

Gráfico 5 Mapa del Cantón Quito y sus parroquias.....	40
Gráfico 6 Administraciones Zonales.....	40
Gráfico 7. Visitas a la parroquia	43
Gráfico 8 N° de acompañantes.....	44
Gráfico 9. Frecuencia de visitas	45
Gráfico 10 Motivación de viaje	46
Gráfico 11 Tipo de turismo	47
Gráfico 12 Actividades de agroturismo.....	48
Gráfico 13. Interés de practicar agroturismo.....	49
Gráfico 14 Planificación de viaje	50
Gráfico 15 Medios de comunicación	51
Gráfico 16 Plataforma Virtual	52
Gráfico 17 Inflación	59
Gráfico 18 Producto Interno Bruto	59
Gráfico 19 Itinerario de Producto Agroturismo	69
Gráfico 20 Hogar Añorado	77

RESUMEN

La Parroquia de San José de Minas cuenta con un gran potencial turístico, sin embargo, al no mantener alternativas suficientes para el desarrollo del turismo, ha ocasionado una limitada oferta de productos turísticos. Es de vital importancia mantener presente la responsabilidad ambiental, que ayudará a la conservación tanto de los recursos naturales como de los atractivos turísticos existentes.

El presente trabajo está elaborado en el diseño de un producto de Agro turístico en la Parroquia de San José de Minas, cuyo propósito es brindar diferentes alternativas que permita desarrollar el turismo en la parroquia. Considerando que la principal fuente de ingresos es la agricultura, ganadería y florícola, mientras que los ingresos derivados del turismo son mínimos, una de las razones principales de la migración por parte de los habitantes a las grandes ciudades se debe a: la falta de empleo.

Habiendo identificado la necesidad principal dentro de la parroquia, se propone realizar el diseño de un producto agro turístico, que permita generar opciones de desarrollo socio económico para la zona. MINCETUR PERÚ 2014 es la metodología elegida para la elaboración del presente proyecto, misma que cumple con los objetivos planteados dentro de esta investigación.

MINCETUR PERÚ 2014, aporta de manera sustancial a la investigación dentro del área turística de la parroquia, su finalidad es la de brindar una guía adecuada acerca de la implementación del producto agro turístico, este producto es diseñado de manera integral dirigida tanto a niños, adultos mayores, parejas, familias, etc. Que deseen realizar actividades como: Ordeño, proceso cultivo de flores, cultivos de producto nativos de la zona.

Palabras claves: Agroturismo, San José de Minas, Turismo

ABSTRACT

The Parish of San Jose of Mines possesses a great tourist potential, nevertheless, on not having supported sufficient alternatives for the development of the tourism, has caused a limited offer of tourist products. It performs vital importance to keep present the environmental responsibility, which will help to the conservation both with the natural resources and with the tourist existing attractions.

The present work is elaborated in the design of a product of tourist Agro in the Parish of San Jose of Mines, which intention is to offer different alternatives that the tourism allows to develop in the parish. Thinking that the principal source of income is the agriculture, ranching and florícola, whereas the income derived from the tourism is minimal, one of the principal reasons of the migration on the part of the inhabitants to the big cities it owes to: the lack of employment.

Having identified the principal need inside the parish, it proposes to realize the design of a product agro tourist, that economic partner allows to generate options of development for the zone. MINCETUR PERU 2014 is the methodology chosen for the production of the present project, same that expires with the aims raised inside this investigation.

MINCETUR PERU 2014, reaches in a substantial way to the investigation inside the tourist area of the parish, his purpose is it of drinking a suitable guide brings over of the implementation of the product agro tourist, this product is designed in an integral way directed so much children, major adults, pairs, families, etc. That want to realize activities as: Milk, I process culture of flowers, native cultures of product of the zone.

Key words: Agro tourism, San Jose of Mines, Tourism

INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo investigativo del “Diseño de un producto de agroturismo en la parroquia de San José de Minas” se ha evidenciado poca existencia de diseños de productos de agroturismo en la Parroquia, de acuerdo con los datos facilitados por el GAD Parroquial, se considera que alrededor del 80% de los habitantes se dedican a las actividades agrícolas y ganaderas como fuente principal de ingreso y apenas un 10% se dedican a las actividades turísticas. Lo que afecta de manera directa a la parroquia, ocasionando el poco interés de la población hacia las gestiones de proyectos de Agroturismo.

La parroquia de San José de Minas se ubica en la provincia de Pichincha, cantón Quito, es considerada como zona agrícola, ganadera y florícola, ya que estas actividades constituyen la principal fuente de ingreso en la economía local, sin embargo, las actividades turísticas se han dejado de lado, ya que no se ha logrado identificar de una manera técnica los mecanismos, que permitan un crecimiento y aporte más significativo en el turismo. Existen barrios donde se cultivan productos tales como: el maíz, zanahoria blanca, tomate de árbol, camote, frejol, etc. También existen 2 haciendas que se dedican a la cría de ganado vacuno, San José de Minas cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos tanto de flora como de fauna, entre ellos, cascadas, senderos, aguas termales, ríos y demás.

Para el diseño del producto de agroturismo se realizará un marco teórico que apoye al objeto de estudio, en base a citas bibliográficas de autores que interpreten de una manera fácil y sencilla conceptos que aporten al proyecto utilizando la metodología de investigación lógica, para así sustentar y proponer el diseño de un producto de Agroturismo en la Parroquia de San José de Minas.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO PARA DISEÑO DEL PRODUCTO DE AGROTURISMO

Para la elaboración del proyecto de tesis sobre agroturismo se tiene una orientación teórica - práctica que facilita la comprensión de las definiciones y conceptos de autores, mismos que han plasmado un enfoque esencial para el desarrollo de la presente investigación, las diferentes citas bibliográficas constituirán una herramienta primordial que permitirán la recopilación de información.

Realizar el diseño de un producto turístico orientado al agroturismo, utilizando a la agricultura y ganadería como actividades complementarias para la economía local.

1.1. Antecedentes Teóricos

Las estrategias elaboradas por (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2018) referentes al agroturismo dice:

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 secretaria 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 Subsecretaria de Gestión y Desarrollo, responsable del Plan nacional para el Agroturismo”, se implementarán 7 talleres a escala nacional, en los que se busca consolidar una estrategia para el desarrollo y fortalecimiento de esta actividad.

El primer taller se desarrolló el 10 de mayo de 2018, en la ciudad de Quito y asistieron representantes de gobiernos autónomos descentralizados (GAD), del Ministerio de Agricultura e instituciones públicas, vinculadas al sector del agroturismo y ecoturismo. Los siguientes talleres se desarrollaron el 11 de mayo y estarán dirigidos a la academia, empresas turísticas y elaboradores y productores del agroturismo.

En los talleres se fomentó procesos participativos de planificación estratégica, para identificar, impulsar y fortalecer los productos turísticos en el territorio nacional.

Es necesario hacer referencia a los atractivos turísticos naturales que son dentro de la zona ofreciendo diferentes actividades relacionadas con el turismo rural, con la participación de los habitantes que permitan las actividades, mantener un ingreso y el aporte que se necesita para conservarlos.

Previa revisión sobre una investigación de trabajo corresponde a (Nicolalde Romero, 2010), cuyo proyecto fue la: "Implementación de Agroturismo en la hacienda Jatumpamba parroquia de San José de Minas, cantón Quito, Provincia de Pichincha", tiene como objeto, implementar el Agroturismo en la "Hacienda Jatumpamba" para desarrollar el turismo en el sector, mejorar los ingresos económicos y promoverla conservación del medio ambiente.

La estructura y desarrollo de esta tesis se le considera para el proceso del turístico mediante su propia gestión y valoración al realizar la investigación de mercado con desarrollo de atractivos turísticos.

El gobierno tiene grandes propuestas para el desarrollo del Turismo (Diario El Comercio, 2018).

Busca mejorar su industria turística de la mano de "fuertes" inversiones para atraer un 15 por ciento más de turistas y entrar en la prestigiosa lista de las mayores potencias turísticas del mundo. "Tenemos todo para ser una potencia turística", afirmó hoy a dpa el ministro de Turismo de Ecuador, Vinicio Alvarado, durante su visita a la mayor feria de turismo del mundo. Durante la conversación con dpa adelantó que su país lanzará una nueva campaña de promoción 'All you need is Ecuador' (todo lo que necesitas es a Ecuador) con la que espera lograr que el turismo sea la tercera fuente de ingresos al finalizar el 2014.

Ecuador busca varias alternativas que permita promocionar los atractivos naturales, su cultura, su gastronomía, fiestas populares entre otras actividades que permita al turista satisfacer su necesidad.

De acuerdo al reporte que informa el (Diario El Comercio, 2018), indica que Ecuador:

Recibió en 2013 un flujo de visitas de 1,670 millones de turistas. "Sobre ese número esperamos aumentar el 15 por ciento, sobre todo en la visita alemana que el año pasado fue de 30 000 personas. Al mismo tiempo, 250 000 nos visitan desde Estados Unidos, pero de Brasil -que tiene 200 millones de habitantes- sólo nos visitaron 19 000", señaló. El país latinoamericano creció en 2013 un siete por ciento. "Fuimos el tercer país que más crecimiento tuvo en visitas. Colombia y Perú nos superaron, pero el resto de los países latinoamericanos estuvo por bajo". Dentro de la campaña para aumentar el turismo en el país, el gobierno ecuatoriano aumentará su presupuesto anual para turismo de 40 millones de dólares en 2013 a 660 millones durante los próximos cuatro años. Alvarado dejó claro que su objetivo es convertirse en una potencia a nivel mundial "y creemos que tenemos los recursos para hacerlo", aunque es consciente de que aún existen "grandes" problemas por superar. "Tenemos que superar la idea de que con lo que tenemos es suficiente y estamos capacitando a camareros, a meseros, a la industria turística, también para atraer mayor inversión. El turismo es actualmente el cuarto rubro de ingreso, por detrás del banano, el camarón y los derivados del mar. "Queremos que termine el 2014 siendo el tercer rubro de ingresos y de divisas al país que es cerca de 1 500 millones de dólares extranjeros. Aunque internamente es una industria que mueve 5 000 millones queremos aumentar entre 1 800 y 2 000 millones de dólares el ingreso extranjero al país". Que se ha convertido en su "fuente más importante de aprendizaje".

1.2. Turismo

Así también la (Organización Internacional del Trabajo, 2011) define al turismo como:

Una alternativa, 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*

Así también (Cárdenas Cutiño, 1999) define al turismo como:

En la Cuenta Satélite del Turismo de México se define al turismo como “el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual” Cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de una innumerable cantidad de servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas.

De acuerdo a (Krapf & Hunziker, 2001) fundadores de un nuevo pensamiento humanístico en 1942 pensaron y describieron que el movimiento de los forasteros a distintos lugares era un movimiento más complejo y definen al turismo ya como: “un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivados por el lucro”.

Así también (De la Torre Padilla, 1991) define al turismo:

Un análisis y estudio, elementos como desplazamiento voluntario y temporal; el motivo: recreación, descanso, cultura o salud; la actividad no lucrativa ni remunerada; y las interrelaciones económicas o culturales que se generan. De esta manera el turismo empieza a estudiarse como un factor determinante en el desarrollo económico, como un redistribuidor del gasto y como un generador de divisas. Posteriormente, durante la conferencia de la Organización Mundial de Turismo (OMT) celebrada en París en 1985, se cuestionó el antiguo concepto de turismo y se propuso su extensión para incluir todo movimiento de personas sin tomar en cuenta sus motivaciones. Más adelante, en junio de 1991, la OMT, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, revisó y actualizó sus conceptos estableciendo que “el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros”

1.1.1. El turismo sostenible

Según (Hunter, 1997) el turismo sostenible se trata de:

Un desarrollo turístico que persigue satisfacer las necesidades y deseos de la población local en términos de mejora de los estándares y de la calidad de vida. Pretende satisfacer, además, las demandas de los turistas y de la industria turística, y mantener los atractivos para ambos en orden a alcanzar el objetivo anterior. Trata de preservar, por último, los recursos ambientales que son la base del turismo, tanto en sus componentes naturales, como contruidos y culturales, en orden a lograr los dos objetivos anteriores.

1.1.1.1. La sostenibilidad económica

Según (Cardoso Jiménez, 2006) la sostenibilidad económica es:

Un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependen de él sigan aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida para que sigan usándolo para tales fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada.

1.1.1.2. La sostenibilidad ambiental

Según (Cardoso Jiménez, 2006) la sostenibilidad ambiental es aquella que:

Fomenta la conservación y cuidado del entorno natural, para que el entorno natural no sufra daños irreversibles, que lleven a deteriorar el destino y productos turísticos exprofesos para la actividad, trayendo como consecuencia el desequilibrio económico de una comunidad dedicada a esta actividad.

1.1.1.3. La sostenibilidad social-cultural

Según (Cardoso Jiménez, 2006) considera que la sostenibilidad social-cultural es:

Estos dos aspectos son importantes para desarrollar el turismo puesto que los actores involucrados en turismo deberán aportar sus ideas más alentadoras para hacer de la actividad turística algo duradero, y sobre todo, rentable sin descuidar aspectos

fundamentales como el ambiente y la cultura, favoreciendo el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico, esto en el marco armonioso de intercambio cultural , donde los habitantes enseñen sus usos y costumbres al turista, por su parte el turista para no impactar de manera negativa solo se llevará la experiencia de conocimiento y retribución económica a los habitantes, impulsando en las comunidades, culturalmente hablando sus valores, costumbres hacer y quehacer cotidiano: sus usos y costumbres.

1.2. Agroturismo

El autor (Flores, 2011) determina el agroturismo como:

El contacto directo con las actividades agrarias tradicionales. También se entiende como la modalidad turística en aéreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un ambiente rural las manifestaciones culturales y sociales productivas en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo” Si bien es cierto, esta es una tendencia que con el paso del tiempo ha tomado una importancia de gran dimensión, porque permite impulsar el intercambio cultural en las comunidades y éstas aprovechan la oportunidad de dan a conocer su trabajo y producto mientras reciben ingresos extras gracias a las visitas por motivos turísticos. Varios autores expresan que el Agroturismo, es el mismo Agro ecoturismo. Claro está que el nombre es muy similar, y que ambas están dirigidas a las actividades agrícolas, agropecuarias, ganaderas y otras relacionadas al campo; pero existe una diferencia entre ellos, y es que el Agroturismo consiste en la observación de las actividades, y el Agro ecoturismo en la participación en las actividades del campo.

1.3. Producto turístico

Según la (Organización Internacional del Trabajo, 2011) Los productos turísticos se componen de:

Servicios básicos (alojamiento y alimentación) y unos servicios complementarios, que aportan carácter y calidad. Además, los productos de turismo necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados en el entorno comercios donde encontrar artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la astronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización.

Así también (De la Colina) indica que en algunos casos:

El término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más.

La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico es:

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso (Acerenza, 1992)

Con todo esto podemos decir que el producto turístico está conformado por tres elementos que son: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos.

De la Colina establece además que:

Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico.

El servicio turístico es intangible. La experiencia turística no se puede transferir.

El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.

El producto no vendido, se ha perdido.

El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.

El cliente es quien acude a la compra.

El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.

El cliente participa en la producción.

Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos (De la Colina)

1.3.1. Diseño de un producto turístico

Según la definición de (Díaz, 2011) indica:

El diseño de un producto turístico implica desempeñar con destreza unas funciones de comercialización y organización, manejar con conocimiento técnicas de evaluación de recursos y planificación de actuaciones concretas, de analizar el potencial turístico que poseen las diferentes zonas territoriales mediante técnicas de evaluación de recursos e identificación de características y ventajas comparativas de los mismos; se estudia como determinar la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un servicio turístico y se detallan las formas de relación de los diferentes recursos.

¿En qué consiste realizar un diseño de un producto?

Al diseñar un producto turístico permite proporcionar información adecuada permite la investigación de varios aspectos turísticos como son atractivos con todo el producto diseñado se debe fomentar la promoción en las actividades realiza tanto al sector público como al sector privado.

¿Quiénes participan?

La participación de las autoridades locales, habitantes de la zona empresarios de suma importancia ya que se puede crear una variedad de ideas generando esto la elaboración de un producto conexitivo y cumpliendo ciertas leyes vigentes.

¿Para qué sirve?

El diseño de producto turístico permite el desempeño el conocimiento la planificación para manejar de una forma adecuada y organizada los recursos naturales, generando una oportunidad y alineación a un servicio turístico o recursos turísticos.

1.4. Producto Agro turístico

De acuerdo a la (García Henche, 2005) indica:

Los turistas que deciden realizar turismo rural, tienen en mente romper con la formalidad de su comportamiento en la ciudad. Buscan el campo y una oportunidad para restituir sus energías y el equilibrio. Un turista que valora su calidad de vida, busca un pueblo pequeño, tranquilo, con naturaleza viva y cultura local atrayente.

La misma autora acota además que:

Exigencia de calidad de los clientes, que sirva para comercializar los productos de turismo rural. El turismo en el espacio rural ha de reunir al menos dos condiciones:

- a) poner en el mercado productos de calidad y
- b) una comercialización correcta (García Henche, 2005)

1.5. Agroturismo en Ecuador

Según la tesis de (Carrera Barros, 2016) comenta:

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; el segundo tiene como eje de su oferta las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: cosecha, ordeña, 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.

1.6. Agroturismo en la provincia de Pichincha

El Gobierno de la Provincia de Pichincha ha diseñado un plan que se enfoca en apoyar al área de turismo comunitario, turismo rural o agroturismo en la cual planifican una ficha ofreciendo asistencia técnica, capacitaciones tanto a personas naturales como a personas jurídicas con la finalidad de ofrecer un turismo de calidad.

El proyecto tiene como finalidad realizar asociaciones de productores en toda la zona, actualmente está trabajando en proyectos de taller gratuitos, permitan recibir conocimiento y tenga como iniciativa emprender en el Agroturismo.

La gestión ya se ve reflejada en varios sitios como, por ejemplo: La Asociación Integral de Productores Agropecuarios (ASIPA) agrupa a 13 unidades productivas, tiene su sede en el kilómetro 12,5 vía Las Mercedes-Los Bancos y uno de sus principales problemas es que no cuentan con la infraestructura óptima para realizar las labores de ordeño.

Para enfrentar esta limitación, ASIPA y el Gobierno de Pichincha firmaron un convenio de cooperación el pasado 31 de enero, con el cual esta institución pública construirá cubiertas para el ordeño, así como el fortalecimiento del centro de acopio con la entrega de bolsas de sales minerales.

Para la construcción de las cubiertas la Entidad provincial adjudicará 20 hojas de zinc, 2 hojas translúcidas, 1 canal de 7 metros para recoger agua lluvia, un tanque plástico de 500 litros para agua para cada una de las unidades productivas de esta Asociación.

Con estos trabajos la Prefectura de Pichincha fomenta las actividades productivas de pequeños ganaderos en la provincia. (Ecuador, Prefectura de Pichincha, 2018)

Datos con información de cómo registrarse para capacitase:

Tabla 1. Capacitación pequeños productores de Pichincha

Beneficios	Unidades de la Economía Popular y Solidaria, asociaciones, organizaciones turísticas y ciudadanía en general de la Provincia de Pichincha
Costo	Gratuito
Requisitos	Ninguno
Cómo acceder a servicio	Información, capacitación, asistencia técnica, dejar un formulario
Oficina responsable	Dirección de Gestión de Economía Solidaria
Correo	economiasolidaria@pichincha.gob.ec

Fuente: (Ecuador, Prefectura de Pichincha, 2018)
Elaborado por: Silvia Benalcazar

1.7. Potencial agro turístico en la parroquia de San José de Minas

En la parroquia de San José de Minas existen asentamientos de agricultura y ganadería tener una gran variedad de climas hace que su tierra sea exuberante y productiva se caracteriza por la producción como principal producto que es cultivado el maíz, la

zanahoria blanca es como segundo cultivo más importante dentro de la parroquia, caña de azúcar (elaboración de la panela) en la antigüedad en 80% de habitantes se dedicaban a la producción de la caña ., frejol, zapallos, zambo, camotes entre otros productos. La finalidad de este proyecto es dar como una alternativa de ingresos al agricultor y una experiencia al turista. Actualmente no existen estrategias establecidas para potencializar e agroturismo, sin embargo, se establece espacios donde se puede dar a conocer los productos para la venta a las turistas que visitan la parroquia.

1.8. Sistema turístico

De acuerdo al concepto de (Varisco, 2013) explica:

Actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones reduccionistas que definen el turismo desde una perspectiva única, ya sea económica o social. Considerar el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y su referencia espacial en destinos concretos, permite describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística, y lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto.

En el sistema turístico permite describir las actividades turísticas de acuerdo a la complejidad de los productos para poder determinar una visión económica o social.

1.9. Oferta turística

La Oferta Turística comienza con una definición clara que permite el entendimiento y acercamiento a la Investigación

Según el Diccionario de Marketing, define la oferta como:

La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta. (Pujol Bengoechea (Coord), 1999)

El Ministerio de Turismo del Ecuador, a través del Plan de Turismo, incluye entre los elementos de la oferta turística los siguientes componentes:

- Inventario de Atractivos
- Recursos para el turismo de naturaleza
- Planta Turística
- Atractivos vs establecimientos (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2007)

Una definición de oferta que se puede extraer, según el conocimiento e investigación expresadas por (Thompson, 2006)

Sugiere que la oferta es “la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos. Tomando en cuenta algunas de las definiciones de oferta, se puede considerar algunos elementos.

La Oferta turística se basa en los bienes y servicios que se puede ofrecer a un determinado grupo de clientes de acuerdo a sus necesidades. Como recursos naturales y artificiales e infraestructuras y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Para poder ofrecer una oferta turística se debe considerar los siguientes recursos



Gráfico 1. Recursos de la oferta turística

Elaborado por: Elaborado por: Benalcazar2019

1.9.1. Atractivo turístico

Según el Glosario de términos turísticos de la Secretaría de turismo del gobierno mexicano atractivo turístico son los: “Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo” (México, Secretaría de Turismo, s.f.)

1.9.2. Patrimonio turístico

Según la Secretaría de Turismo de México se define al patrimonio turístico como:

Es el conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas.

También se define el patrimonio como el conjunto integrado por los atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y la superestructura (México, Secretaría de Turismo, s.f.)

Al patrimonio turístico se le considera como herramienta importante que se clasifica con recursos naturales, culturales que permite la visualización y disposición para el turista como parte de movilidad o desplazamiento a un destino con el objeto de disfrutar el turista.

1.9.3. Los Recursos Turísticos

Según el Presidente del Gobierno Parroquial de San José de Minas (Cobos Ibarra, 2018) dice que los: “Recursos turísticos se debe aprovechar ya que permite una acabilidad con infraestructura adecuada dentro de una zona donde se puede ejecutar la actividad turística contribuyendo un buen servicio”.

1.9.4. Planta Turística

Según la (Organización Internacional del Trabajo, 2011) La Planta Turística son:

Aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen.

En la parroquia de San José de Minas se puede considerar algunos establecimientos de alojamiento y restaurantes y actividades turísticas.

1.9.5. Equipamiento turístico

De acuerdo con la tesis de (Morla Cedeño, 2010) manifiesta:

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

En esta Área se ejecutan proyectos relacionados con el desarrollo de nuevos productos y materiales, diseño y desarrollo de equipamientos especiales, conservación de edificios singulares, desarrollo de nuevos materiales para la construcción, entre otros. Y Líneas de interés potencial:

A diferencia de las Instalaciones cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

El equipamiento representa el conjunto de edificaciones, instalaciones y servicios indispensables para el desarrollo de la actividad turística. Comprenden los medios de hospedaje, servicios de alimentación, de entretenimiento, de agencia miento, de información y otros servicios turísticos también se le considera el área de servicios básicos cada uno de ellos son muy importantes que permiten un servicio de calidad para el turista evitando incomodidad.

1.9.6. La Infraestructura Turística

De acuerdo con (Morla Cedeño, 2010) es:

El conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan, y/o coordinan la actividad turística. En otras palabras, es la compleja organización que permite armonizar tanto la producción y venta de servicios como las relaciones resultantes de la práctica del turismo

La infraestructura representa el conjunto de las edificaciones instalaciones y servicios indispensables para el desarrollo de la actividad turística. Comprende de los medios de hospedaje, servicios de alimentos y bebidas, áreas de entretenimiento información y servicios turísticos que se encuentren al alcance de cada uno de los turistas.

1.9.7. Los servicios complementarios

(Morla Cedeño, 2010) Considera los siguientes servicios como complementarios: “Son servicios adicionales que se puede ofrecer al turista de una forma opcional, pero si necesaria como, por ejemplo:

- Servicios de información turística
- Servicios de comunicación
- Servicios de telefonía y correos
- Servicios de alojamiento para mascotas”

Esto permitirá la satisfacción de al turista de acuerdo a su producto o lugar donde se encuentre permitiéndole estar en un ambiente cómodo y agradable.

1.10. Demanda Turística

Según el autor de esta investigación (Mamani Villasante, 2016) que:

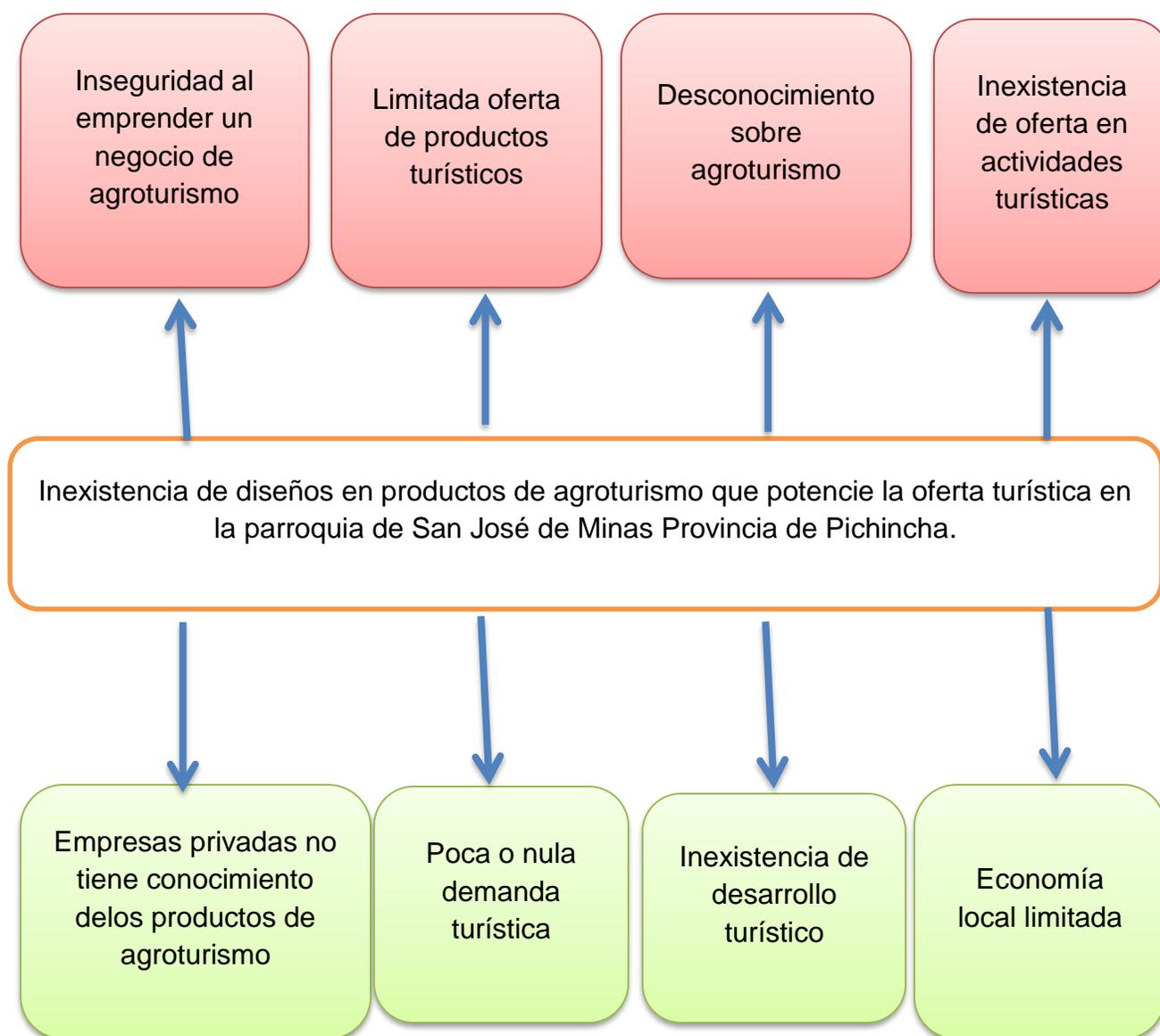
Los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Nos facilita una idea clara de se refiere a los turistas que se encuentran motivados y planifican una actividad para poder disfrutar de una serie de actividades de productos o servicios turísticos.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO DISEÑO DE UN PRODUCTO DE AGROTURISMO

Tabla2 ¿Cómo fomentar la oferta del agroturismo en la parroquia de San José de Minas?



Elaborado por: Silvia Benalcázar

2.1. Situación Problemática

La parroquia de San José de Minas se ubica en la parte norte de la provincia de Pichincha. Es una zona rural que goza de sendos paisajes, cultura y tradición, su principal fuente de ingreso proviene de la agricultura y ganadería la variedad de climas hacen que exista una gran variedad de cultivos.

Según el GAD Parroquial de San José de Minas dentro de su plan de desarrollo en la rendición trabajo anual del 2017 informa que el 65% de la población se dedica actividades de agricultura, ganadería y florícola, el cultivo principal dentro de la zona es el maíz con el 25% manteniendo siembras todo el año, seguido esta la zanahoria blanca con un 15 % son los cultivos que más ingresos generan.

Mientras tanto en las actividades turísticas existen un promedio de 8% con máximo del 12% en temporadas festivas como son en el mes de septiembre y marzo teniendo acogida el alojamiento y restaurantes sin embargo el agroturismo está en una etapa casi nula ya que se encuentra abandonada, con un desinterés desde los mismos habitantes.

El GAD Parroquial realiza presupuestos anuales destinados para la infraestructura, gasto social, cultural, administrativo descuidando al área del turismo, esto genera la despreocupación en la zona. Sin embargo, existe la planificación del MINTUR donde realizan charlas, capacitaciones y alternativas de emprendimiento en área e turismo.

Existen fincas, haciendas, barrios, asociados a la agricultura y ganadería que no tienen la iniciativa de ofertar las actividades del agroturismo, su eje principal es producir y vender mas no tienen una guía que les permita organizarse y buscar como otra alternativa de ingresos pese a que tienen grandes extensiones de terrenos que solo están cultivados por, vegetales, frutas, hortalizas.

2.2. Formulación del problema

¿Cómo fomentar la oferta turística del Agro turismo en la parroquia de San José de Minas, Provincia de Pichincha?

2.3. Objeto de Estudio

Producto agro turístico en la parroquia de San José de Minas.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Diseñar un Producto Agro turístico mediante la aplicación de una metodología específica, que contribuya al desarrollo económico y social de San José de Minas, Provincia de Pichincha

2.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el diseño de un producto de Agroturismo en la Parroquia de San José de Minas.
- Definir la metodología adecuada para la elaboración del producto de agroturismo.
- Diseñar un producto de agroturismo en la parroquia de San José de Minas.

2.5. Planificación metodológica de la investigación

Tabla Métodos de Investigación

Tabla 3. Métodos de Investigación

Objetivos Específicos	Métodos	Resultados
Fundamentar teóricamente el diseño de un producto de Agroturismo en la Parroquia de San José de Minas.	Teórico -Método Bibliografía	Marco teórico definido
Definir la metodología adecuada para la elaboración del producto de agroturismo.	Teórico -Método Analítico -Método Descriptivo -Método Teórico	Metodología seleccionada por Destinos del Perú, en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact.
Diseñar un producto de agroturismo en la parroquia de San José de Minas.	-Método Inductivo-Deductivo -Método Analítico -método observación científica -Entrevistas -Encuestas	Producto diseñado de agroturismo para la parroquia de San José de Minas

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Para la elaboración del este proyecto de investigación se utilizó varios métodos científicos como apoyo para justificar el desarrollo del mismo.

Método bibliográfico, la recopilación de información de varios autores hizo que se pueda tener información verídica y como apoyo para la fundamentación de este proyecto de tesis.

Método analítico, método descriptivo y método teórico, con sus fundamentos importantes de información se pudo seleccionar la metodología que se utiliza para dar cumplimiento con el proyecto de tesis.

Método de observación científica permite seleccionar el perfil del turista mediante su edad, sexo, estilo de vida, nivel socio económico, permite también identificar la infraestructura, servicios y equipamiento mismo que permitirán la elaboración del diseño del producto de agroturismo.

Encuestas con esta herramienta se realiza la investigación de mercado a base de varias preguntas que permitirán definir cuál es la mejor opción.

Entrevista mediante una conversación con personas que conozca y puedan facilitar información que serán solicitadas a base de preguntas

2.6. Metodología para diseñar un producto de agroturismo.

Para el diseño del producto de agroturismo se analizó 4 metodologías de 4 actores que facilitan la elaboración del diseño del producto turístico.

La primera metodología es de Gómez Cevallos 2014 quien desarrollo un manual para la elaboración de diseño producto, segundo México secretaria de turismo 2002 su estructura está basada en el análisis y oferta. Como tercera destinos del Perú mincetur 2014 su manual está formado por fichas que permite la elaboración del producto y Claudia Gallardo y Ximena Villarroel

A continuación, se detalla la matriz de metodologías con sus respectivas variables.

Tabla 4. Matriz de Metodologías

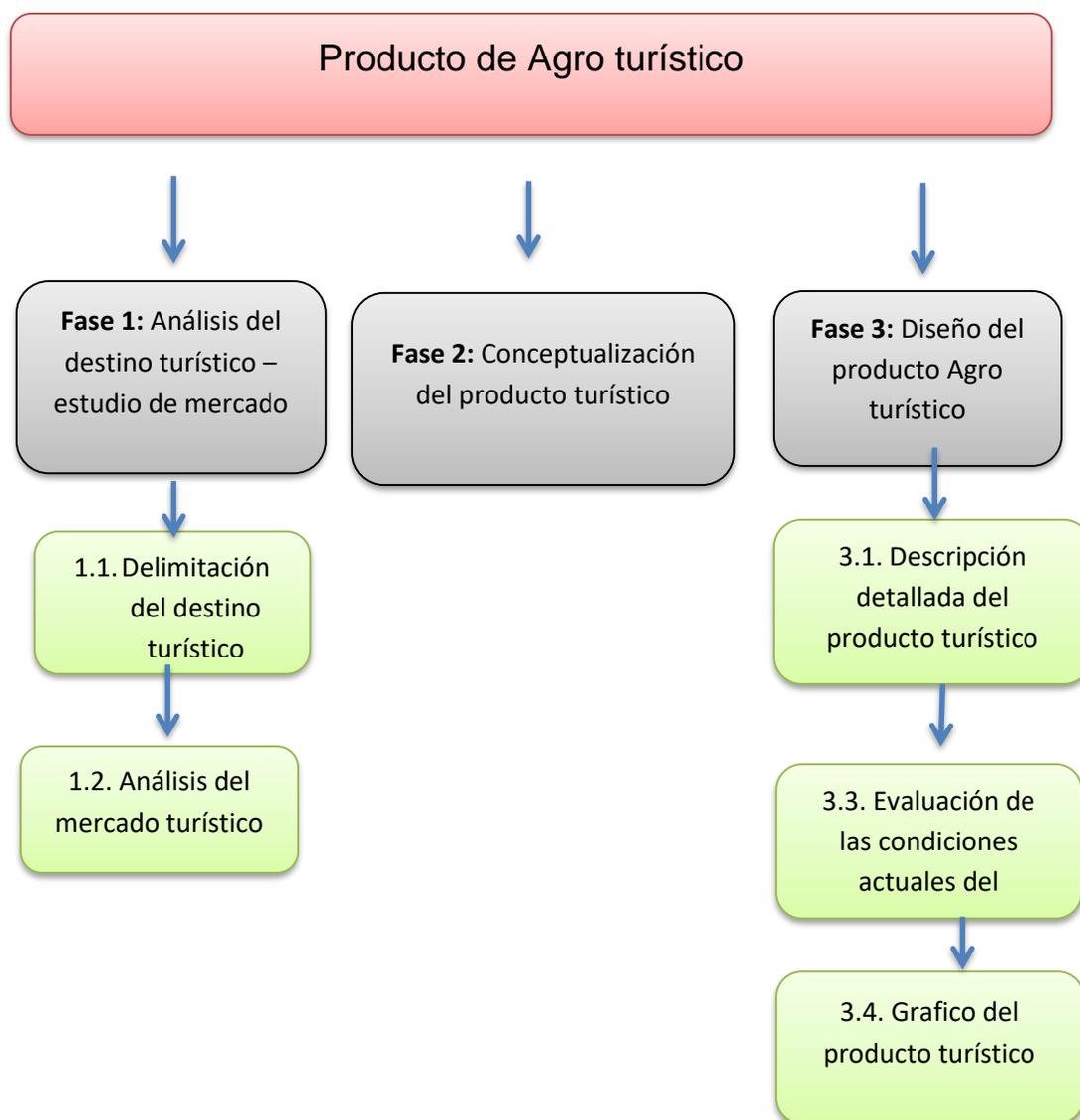
Variables	(Gómez Cevallos, 2014)	(México Secretaria de Turismo, 2002)	(Destinos del Perú MINCETUR 2014)	Claudia Gallardo y Ximena Villarroel
Fase o etapas I	Identificar la demanda	Análisis de la Oferta Turística	Análisis del destino turístico	Diagnóstico del potencial turístico
Fase o etapas II	Diseño del producto	Evaluación de Itinerarios	Conceptualización de actividades	Generación de ideas
Fase o etapas III	Oferta del producto	Diseñar el Proceso	Diseño Producto turístico	Evaluación del potencial turístico
Fase o etapas IV	Estudio de viabilidad	Analizar la viabilidad económica		Desarrollo local
Fase o etapas V				Diseño del producto turístico
Fase o etapas VI				Mercado de distribución

Elaborado por: Silvia Benalcázar

De acuerdo con la información detallada en la matriz de metodologías, la más adecuada para la elaboración de diseño de producto de agroturismo es la metodología de Destinos del Perú Mincetur 2014, debido a que sus etapas están basadas en un análisis del destino turístico, conceptualización de actividades y diseño del producto turístico. Mismo que permitirá elaborar el producto de agroturismo en la Parroquia de San José de Minas.

2.7. Esquema metodológico

Tabla 5 Metodología



Elaborado por: Silvia Benalcázar

2.8. Justificación de la Metodología

Fruto del análisis de todas las metodologías anteriormente expuestas, se consideró la más adecuada, misma que nos permite identificar y clasificar todo el proceso, según sus etapas y fases, utilizando información más viable para desarrollar el diseño del producto turístico.

Fase N° 1

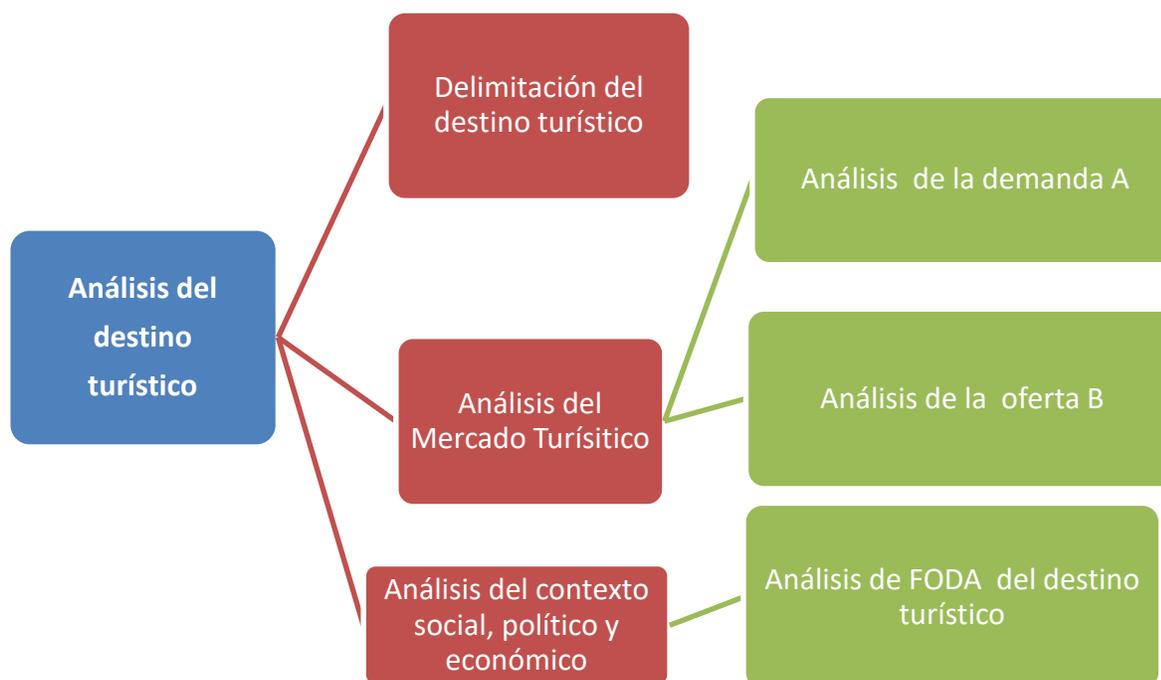
2.8.1. Análisis del destino turístico- Estudio de mercado

Para el análisis de destino turístico de la parroquia de San José de Minas sobre el agroturismo es importante proceder a revisar, detallar e identificar la realidad actual de la parroquia. Para ello se realizará una visita in situ adquiriendo información y herramientas necesarias para tener óptimos resultados con respuestas acertadas.

Análisis al destino turístico permitirá considerar elementos sobre la oferta y la demanda, con importante información cualitativa y cuantitativa, demográficos y otras tendencias dentro del mercado obteniendo datos e información.

Para el planteamiento de la propuesta se debe considerar nuevas alternativas para el desarrollo o mejorar las condiciones de algún producto existente

Tabla 6. Análisis del destino turístico



Elaborado por: Silvia Benalcázar

De acuerdo al contexto del análisis del destino turístico se espera obtener resultados positivos, identificando los productos ya existentes dentro de la zona que permitan transmitir experiencias y sea como parte al desarrollo del proyecto.

2.8.2. Delimitación del destino turístico

Para la ejecución de diseñar del producto turístico es importante determinar el espacio donde se va a desarrollar, la presencia de recursos naturales, atractivo e intereses que aporten al desarrollo del turismo.

Se debe considerar a infraestructura, vías de acceso, servicios que cumplan con sus funciones dentro del turismo así también los servicios básicos.

2.8.3. Análisis del mercado turístico

A. Demanda Turística

Dentro del mercado turístico se debe analizar la demanda turística que existe en la parroquia de San José de Minas, revisar la existencia de los turistas, identificar el perfil del turista, las necesidades, su cultura y tradición dentro de la zona, revisar desde lo macro a micro sus movimientos, toda la información debe ser verídica para la investigación.

Tabla 7. Perfil del turista

PERFIL DEL TURISTA (características particulares a tomar en cuenta)
Lugar de origen
Nivel socioeconómico
Grado de instrucción
Ingreso anual
Edad
Estado civil
Ocupación
Nivel de planificación de viajes
Estilo de vida (usos, costumbres)
Hábitos de viaje
Contratación de servicios
Satisfacción de viaje
Fechas de viaje

Fuente: (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.)

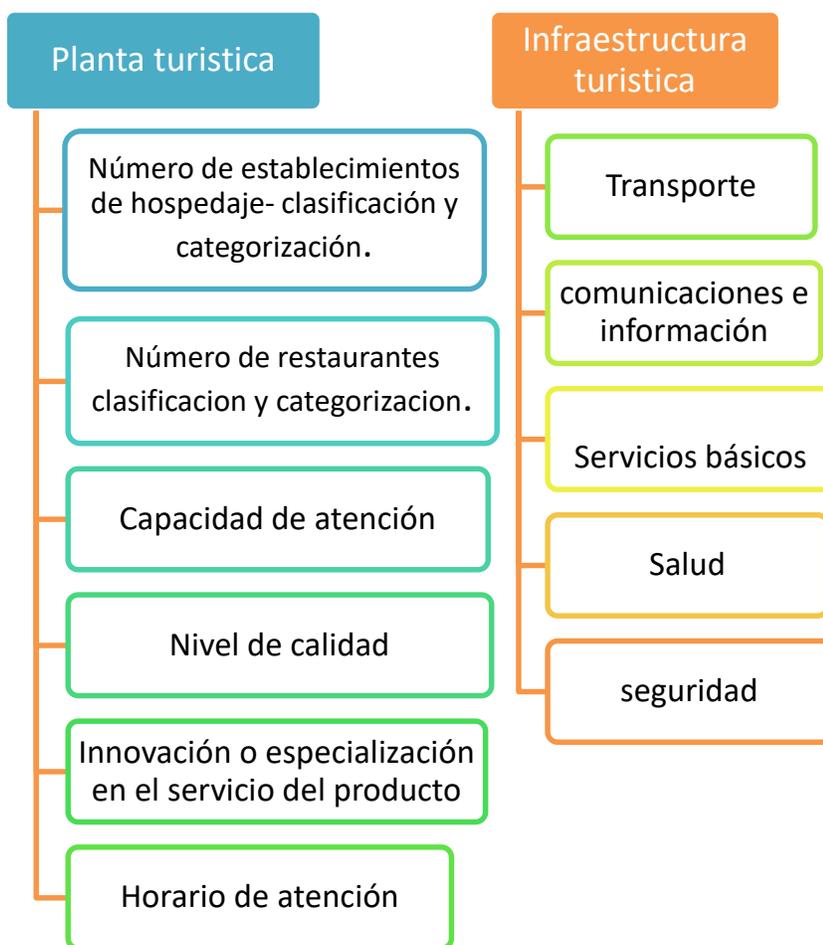
B. Oferta turística

El análisis de la oferta turística permitirá en la investigación obtener datos relevantes como los recursos naturales, infraestructura turística, atractivos turísticos, planta turística.

También es importante enfocarse en los datos cuantitativos para conocer el número de turistas tanto nacionales como internacionales que llegan a la Parroquia de San José de Minas y cuáles son sus atractivos más visitados.

Se identificará y ejecutará una ficha de información con las inversiones privadas y públicas, de ser el caso, que puedan mejorar el estado en el que se encuentre el destino, con relación a proyectos en planificación o en proceso de ejecución y poder diversificar la oferta y capacidad del mismo.

Tabla 8. Planta de Infraestructura Turística



Elaborado por: Silvia Benalcázar

2.8.4. Análisis del contexto social político y económico

Los productos turísticos deben tener una alternativa de cambio de acuerdo a los efectos diarios contraídos por temas sociales o naturales, con resultados positivos o negativos esta afectación será mayor o menor de acuerdo a la situación dada en los aspectos, sociales, políticos, económico, ambientales, tecnológicos.

La información será ingresada dentro de la matriz

Cuadro 1. Matriz FODA

		MATRIZ FODA	
		Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
		Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno			
		Mercado turístico	Mercado turístico
		Inversiones	Inversiones
		Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo			
		Contexto, social, político	Contexto, social, político
		Económico	Económico

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Fase N° 2

2.9. Conceptualización del producto de Agro turismo

Obteniendo una información clara de la oferta y potencial turístico que tiene la Parroquia. Se procederá a la siguiente fase a identificar los posibles productos existentes desarrollados o en desarrollo, evaluando a cada uno de los atractivos para obtener el producto con mayor potencial, con posibilidades de éxito y atractivo para los turistas nacionales e internacionales.

Seleccionado el producto, se tiene que conceptualizar, planteando una temática para el producto, con características que hagan la diferencia y sean de novedad para el turista esto nos ayudara identificar la oferta ya existente en el destino.

Gráfico sintetizado de los pasos para la conceptualización.

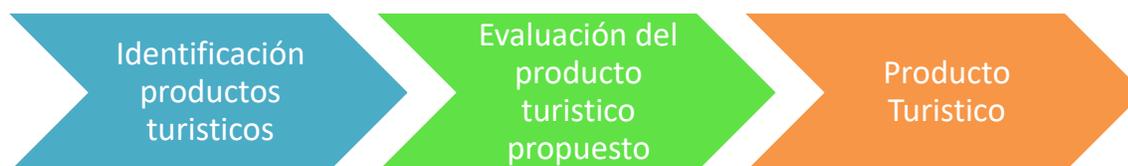


Gráfico 2. Pasos de la Conceptualización

Elaborado por. Silvia Benalcazar

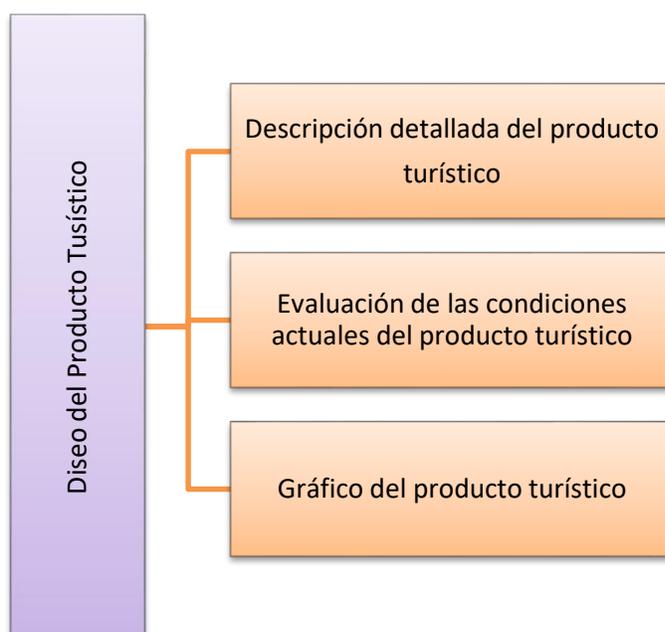
Se realiza la elaboración de una ficha propuesta de producto.

Fase N° 3

2.10. Diseño del producto turístico

Según la ficha llenada con información real permitirá realizar el producto cumpliendo todo lo necesario para ofrecer a un turista.

Cuadro 2. Producto Turístico



Elaborado por: Silvia Benalcázar

2.10.1. Descripción del producto turístico

Dentro de la descripción del producto se debe considerar los siguientes aspectos: Identificar todo lo relacionado al diseño, las potencialidades que tiene el producto para poder ofertar, investigar otros atractivos seleccionarles dentro de la ficha. El objeto es tener una alternativa de negocio para poder incrementar el porcentaje de visitantes a la parroquia de San José de Minas (anexo 1).

2.10.2. Evaluación y condiciones actuales del producto turístico

La determina un análisis sobre las necesidades o complementos que abarca la capacidad de carga, de gestión y/o carga turística; riesgos que se puedan presentar en las actividades, considerar el estado ambiental, social, económico. La situación en la que se encuentre.

2.10.3. Grafico del producto turístico

El gráfico es parte fundamental de este proyecto debe estar orientado al mercado turístico, de manera que se pueda visualizar y entender todos sus componentes, de forma clara, concisa y sobre todo de fundamental importancia que llame la atención y atraiga al turista.

CAPITULO III

3. PROPUESTA DEL DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE AGROTURISMO

El presente capítulo se basa en la Investigación del agroturismo en la parroquia de San José de Minas donde se propone presentar producto turístico previo estudio de la agricultura y la ganadería que se encuentra en la zona.

El producto tiene un desarrollo de cultivos y ganaderos con los productos nativos dentro de la parroquia como son: el maíz, zanahoria blanca, camotes, caña etc. Y el proceso lechero. Con la finalidad que el turista tenga un conocimiento y una experiencia personal.

En la propuesta se utilizará la metodología utilizada de acuerdo a la etapa y 3 fases.

3.1. Objetivo general de la propuesta

Diseñar un Producto Agro turístico mediante la aplicación de una metodología específica, que contribuya al desarrollo económico y social de San José de Minas, Provincia de Pichincha

3.2. Fase N° 1 Análisis del destino turístico

3.2.1. Delimitación del destino turístico

Tabla 9. Segmentación del Mercado geográfico

País	Ecuador	16`298.217. habitantes
Región	Sierra	6`081.342 habitantes
Provincia	Pichincha	4`345.567 habitantes
Cantón	D.M. Quito	2`239.191 habitantes
Parroquias	D.M. Quito	1`198.731 habitantes

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Tabla 10. Segmentación del mercado demográfico

Género	Hombres y mujeres
Edad	(14-50) (65 -80)
Ocupación	Todas
Educación	Indeterminada
Tamaño Familiar	Parejas, miembros de familia de 3 o más de 5
Ingresos	Saldo básico 396.00
Generación	Generación X , Generación Y
Religión	Indistintas
Nacionalidad	Ecuatoriana

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Tabla 11. Segmentación del mercado pigtoográfico

Toda clase social media, alta.
Estudiantes, profesionales
Parejas, familias, turistas extranjeros
Ingresos anuales \$.5000.00
Adultos mayores, jubilados

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Tabla 12. Segmentación del mercado conductual

Ocasiones	Calidad, servicio, conveniencia, espaciamento.
Beneficios	Conveniencia, calidad, servicio.
Frecuencia de uso	Ocasional, Usuario medio
Estatus de lealtad	Absoluta
Actitud hacia el producto	Positiva

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Generalidades de San José de Minas

Mapa Ubicación Geografía San José de Minas



Gráfico 3. Ubicación Geográfica de San José de Minas

Fuente: (Wikipedia, s.f.)

Límites

Cuadro 3 Límites

Norte	Otavalo
Este	Atahualpa
Sur	Perucho
Oeste	Nanegal

Extensión

Cuenta con extensión de 304 km². Esta dentro de las 33 parroquias rurales de D.M. Quito como la segunda parroquia más grande en extensión (Wikipedia, 2014)

Clima

Cuenta una variedad de pisos ecológicos ya que su altitud va desde 1800 a 2.500, la temperatura media en su parte baja, es de 22 °C y en el alto de 10 °C. Esto le permite contar con una variedad de clima que va desde el subtropical hasta el frío del páramo (Cumalpi y Pirujo). El centro poblado se halla a 2.448 msnm a temperaturas entre 15 y 18 °C. (Wikipedia, 2014)

Aspecto Histórico

En la provincia de Pichincha al norte se encuentra la parroquia de San José de Minas, su nombre se debe al Sr. José Narváez quien fue un hombre poderoso hacendado que donó las tierras para poder hacer el santuario y la plaza central en honor al caballero es San José y Minas lleva a sus tierras que son ricas en minas de piedra, cal, azogue y arena.

Su población fue creciendo en actualidad existen razas mestizas e indígenas, sus fuentes de ingresos es la agricultura, la ganadería, la florícola. Sus principales producciones son maíz, zapallo, zambo, camote, tomate de árbol, zanahoria blanca. Todo el proceso de la producción lo hacen por medio de herramientas artesanas como es el arado, pala, picho, barra, palundras para los sembríos. Al igual que la cosecha son realizadas de forma manual. (Wikipedia, 2014)

Actividad económica

Su economía se basa en la producción, servicios y comercio

Producción el 65% de la zona se dedican a producción de frutas, vegetales y hortalizas que son vendidos en la misma parroquia y también son comercializados los lugares aldeanos.

Comercio el 25 % de habitantes se dedican al comercio de ropa, víveres, zapatos, ferreterías, muebles.

Servicios el 10% es un porcentaje mínimo que se dedica a servicios de transporte, restaurantes, hospedajes. (Wikipedia, 2014)

3.3. Análisis del Mercado Turístico

3.3.1. Estudio de Mercado

Ecuador se encuentra en América del sur cuenta con 4 regiones cada una de ellas mantiene sus propios atractivos naturales que hace diferencia al resto de países, su flora y fauna mantiene especies únicas que se puede aprovechar y conservar conforme vaya mejorando la economía.

Dentro de la región sierra se encuentra la provincia de pichincha, que conforman varios cantones y sus parroquias, con gran variedad de climas desde un clima frio paramo hasta un clima tropical. Así también la parroquia de san José de minas que se encuentra ubicada al norte de la provincia perteneciente al canto Quito, comodato referencial la Plan Desarrollo Territorial, realiza actividades turísticas en una baja escala de recibimiento tanto a turistas nacionales como internacionales.

3.3.1.1. Planteamiento del problema

En la parroquia de San José de Minas las actividades de turismo son escasas por falta de promoción o buscar otras alternativas como productos turísticos, con la finalidad del incremento de ingresos y el aprovechamiento y conservación de los atractivos.

Existen varios factores que afectan para que no haya el aprovechamiento necesario de los atractivos y actividades turísticas que existen en la parroquia de san José de minas, tales como: disminuye la posibilidad de emprendimiento de los mismos habitantes ya que prefieren migrar a ciudades más grandes, no existe capacitación adecuada para a los habitantes que les permita desarrollar de mejor manera a las actividades turísticas, en su mayoría de habitantes se dedican a la agricultura, existen varios atractivos turísticos pero no son manejados de la manera adecuada generando malestar para los habitantes de la zona,

El GAD parroquial conjuntamente con los presidentes de los barrios ha considerado la posibilidad de buscar alternativas al desarrollo económico como principal actividad el turismo, se complica al momento de no tener ya determinado el perfil del turista, las rutas, las actividades que se va a realizar, que estrategias de marketing se va utilizar para dar éxito al enfoque turístico.

3.3.1.2. Formulación del problema

¿Existe la posibilidad de implementar producto agroturismo en la parroquia de San José de Minas?

¿Cuál es el perfil del turista que prefiere utilizar el producto de agroturismo?

¿Identificar los atractivos turísticos con mayor demanda en la parroquia de San José de Minas?

3.3.1.3. Objetivo General

Determinar la aceptación del producto agroturismo e identificar el perfil del turista dentro de la parroquia de San José de Minas.

3.3.1.4. Objetivos Específicos

- ✚ Identificar el perfil del turista que utilizara el producto de agroturismo
- ✚ Seleccionar los atractivos turísticos con mayor afluencia en la parroquia.
- ✚ Determinar el tipo de turismo que realizan en la parroquia de San José de Minas
- ✚ Identificar cuáles son los medios publicitarios y las estrategias técnicas de marketing para difundir y promocionar los atractivos turísticos.

3.3.1.5. Justificación

El presente trabajo de investigación tiene como referencia identificar la potencialidad turística y la aceptación que tendrá el mercado sobre el producto agroturismo según las actividades, servicios, infraestructura y recursos de la parroquia, basándose en datos reales y técnicos que permita tomar decisiones.

3.3.1.6. Delimitación de la investigación

a. Tiempo

La investigación se hace en base al período académico de la universidad que va desde el mes de abril a noviembre del 2018.

b. Especiales

La información adquirida para la investigación se realiza de instituciones confiables como INEC, SENPLADES. Son datos que ayudaran a determinar de una forma positiva o negativa a este proyecto.

c. Investigación exploratoria

Mediante una visita in-situ y la utilización de este método investigativo permitirá un acercamiento al problema, mismo que será estudiado para poder dar una solución a los objetivos. Es importante conocer la zona para poder obtener datos referenciales que serán utilizados para la proyección de la muestra.

d. Investigación Descriptiva

En este método investigativo se describe la realidad en la que se encuentra la parroquia. Esta información será utiliza para dar solución a los procesos técnicos mediante gráficos, tablas, medidas numéricas que se desarrolla en el proyecto, según su respuesta positiva o negativa se puede considerar como alternativa para poder crear nuevos productos turísticos dentro de la parroquia de San José de Minas.

3.3.1.7. Fuentes de investigación

a. Fuentes primarias

Los instrumentos de investigación que son utilizados para dar solución al problema son los siguientes:

Encuesta

Con la respuesta que den a las encuestas se obtendrá información real que permitirá tener una reacción para mejora en los nuevos productos turísticos, para lo cual se utilizara la muestra que fue tomada al público objetivo.

Entrevista

Las entrevistas serán realizadas a las autoridades locales de la parroquia San José de Minas, información inherente a la investigación del producto Agroturismo con información empírica y profesional.

b. Fuentes secundarias

Son fuentes que mantienen datos estadísticos de acuerdo a la necesidad, fuentes bibliográficas como: Ministerio de Turismo, GAD Parroquial San José de Minas, INEC proyección 2018, Quito Turismo.

3.3.1.8. Muestra.

Para realizar la muestra se considera los datos del GAD parroquial de San José de Minas, teniendo como resultado que en su mayoría de visitantes son residentes del Cantón Quito, para lo cual se utiliza los datos del INEC (Instituto Nacional de Estadística), proyección 2018 con un aproximado de 2´690.150 habitantes,

Los datos utilizados son de la ciudad de Quito tanto norte, centro y sur. Obteniendo la información del municipio de quito según su administración sonalla información será en base a la edad, genero.

Quito es el segundo cantón seguido de Guayaquil con más nivel poblacional con datos estadístico.

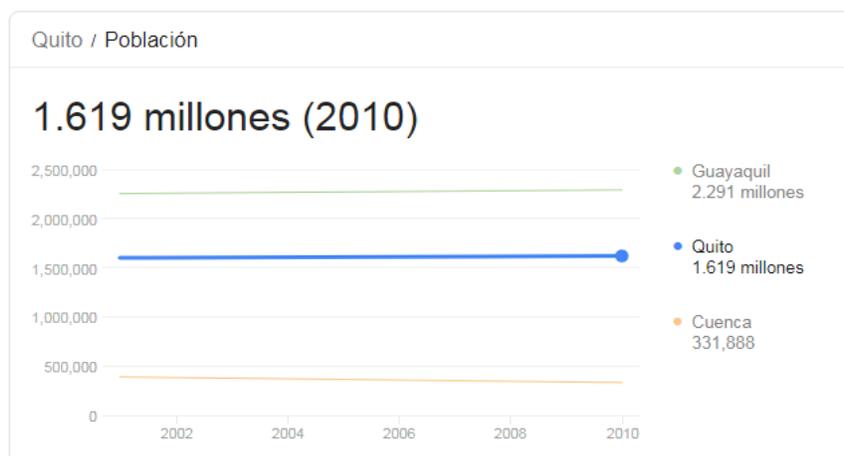


Gráfico 4 Población de Quito

Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador también nos da una cifra estadística exacta del género de los pobladores de la capital que se distribuyen en 1.150.380 millones de mujeres y 1.088.811 millones de hombres. Arrojando un total de 2.239.191 millones de habitantes. En cuestión de identificación étnica el 82,8% de quiteños dijo considerarse mestizo, el 6,7% de blancos, el 4,7% de afro ecuatoriano, el 4,1% de indígenas y 1,4% de montubios. Estas cifras corresponden al último censo oficial **(Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)**

Para el desarrollo de la encuesta se considera los datos únicamente D.M, Quito sin considerar las parroquias rurales la población es de 1'911.966 personas, la cifra de mujeres representa el 51,7% mientras que los hombres es 48,3%.

DGM 6750



Gráfico 5 Mapa del Cantón Quito y sus parroquias

Fuente: (Wikipedia, 2014)



Gráfico 6 Administraciones Zonales

Fuente: (Wikipedia, s.f.)

Zona Administrativas De la Ciudad de Quito

Administración Zonales Urbanas del cantón Quito		
Población Total Habitantes	Administración Zonal	
	Quítumbe	419,056
	Eloy Alfaro	530,447
	Manuela Sáenz	214,714
	Eugenio Espejo	376,708
	La Delicia	331,125
	Turistas la Mariscal	42,906

Cuadro 4 Zonas administrativas urbanas de Quito

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Zonas Administrativas / Áreas	%
Quítumbe	21,88%
Eloy Alfaro	27,70%
Manuela Sáenz	11,21%
Eugenio Espejo	19,67%
La Delicia	17,29%
Turistas la Mariscal	2,25
Población Cantón Quito	100%

Cuadro 5 Zonas administrativas/áreas

Fuente: (Wikipedia, s.f.)

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Técnicas de Muestreo

Para identificar la muestra es necesario identificar la población se realiza por medio de identificación técnica.

Se utiliza una formula finita que permite identificar resultados positivos o negativos.

Formula finita (cálculo de la muestra)

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: Imagen

Tabla 13 Cálculo de la muestra

Formula finita		
Variables	Nombre	Datos
N	Universo	1198730,84
Z2	Nivel de confianza	95%=3.84
P	Posibilidad Positiva	50%
Q	Posibilidad negativa	50%
E2	Margen de Error	5%

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Desarrollo de la formula

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: Zambrano 2019

n= 384.04

Para poder obtener el número de encuestas se despejo las variables con una muestra de 384 habitantes. dividiendo por las zonas según los datos proporcionados por el INEC.

Tabla 14 Encuestas por zonas

Encuestas por zonas		
Zonas	%	N° Encuestas
Quitumbe	21,88%	84
Eloy Alfaro	27,70%	106
Manuela Sáenz	11,21%	43%
Eugenio Espejo	19,67%	76%
La Delicia	17,29%	66%
Turista Mariscal	2,25 %	9%
Población	100%	384

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Tabulación de la encuesta

P1.- ¿Usted ha visitado alguna vez la parroquia de San José de Minas?

Tabla 15. Pregunta 1. Visitas a la parroquia

	Frecuencia	Porcentaje valido
Si	294	76.47%
No	90	23.53%
Total	384	100.00%

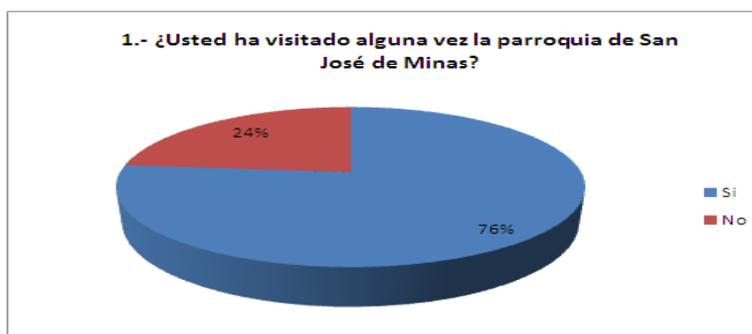


Gráfico 7. Visitas a la parroquia

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 76,47% de encuestados conocen la parroquia de San José de Minas y solo el 23.53% no conocen la parroquia; es decir existe una alta probabilidad de poder implementar y fomentar el turismo en la parroquia.

P2.- ¿Viaja Usted solo o acompañado?

Tabla 16. Pregunta 2 N° de acompañantes

	Frecuencia	Porcentaje valido
Solo	35	8.82%
Pareja	56	14.71%
Amigos	34	8.82%
Compañeros de trabajo	56	14.71%
Familiares	203	52.94%
Total	384	100.00%

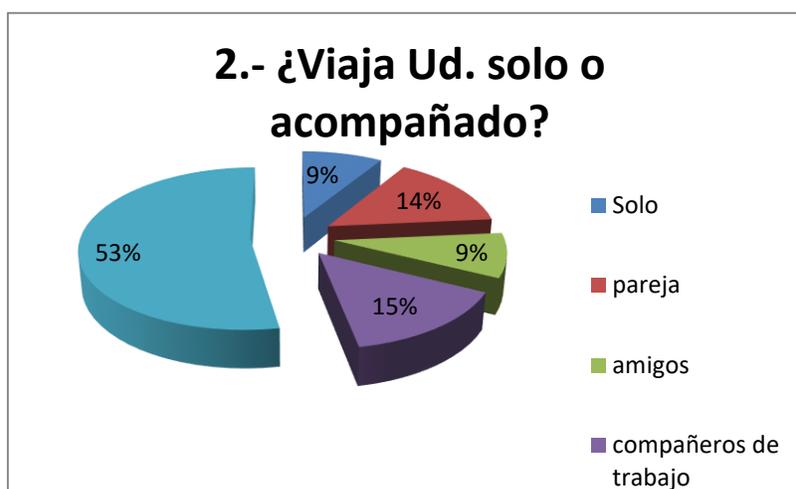


Gráfico 8 N° de acompañantes

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Se puede observar que el 52,94% de encuestados viaja con familiares y apenas un 8.82% indica que viajan solos, este indicador nos muestra que se deben crear más productos turísticos enfocados a la familia

3.- ¿Con qué frecuencia visita usted la parroquia mencionada?

Tabla 17 Pregunta 3 Frecuencia de visitas

	Frecuencia	Porcentaje valido
Mensual	102	26.47%
Trimestral	23	5.88%
Semestral	34	8.82%
Anual	225	58.82%
Total	384	100.00%

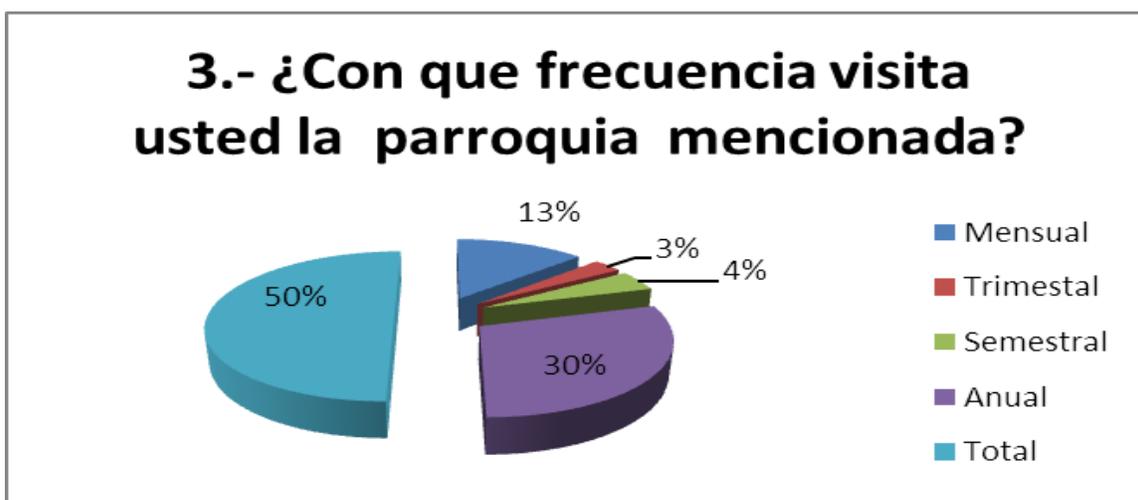


Gráfico 9. Frecuencia de visitas

Elaborado por: Silvia Benalcázar

De la información recabada, el 50% de los encuestados viaja a San José de Minas de manera mensual y un 3% viaja de manera trimestral, es decir, que existe una afluencia alta de turistas a la parroquia, sin embargo, es importante mencionar que los viajes no únicamente se hacen por turismo, sino también por otras actividades.

4.- ¿Cuál fue su principal motivación para viajar a la parroquia mencionada?

Tabla 18. Pregunta 4. Motivación de viaje

	Frecuencia	Porcentaje valido
Deporte	34	8.82%
Ocio/ Entretenimiento	79	20.59%
Salud	0	0.00%
Familia	169	44.27%
Negocio	56	14.71%
Otros	45	11.76%
Total	384	100.00%

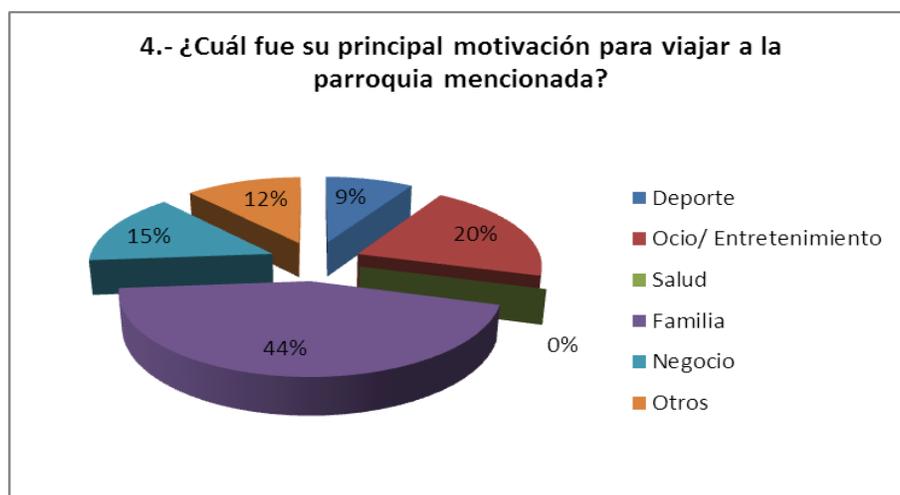


Gráfico 10 Motivación de viaje

Elaborado por: Silvia Benalcázar

La información recabada indica que el 44,27% viaja por motivos de visita a familiares, un 20,59%, viaja por ocio / entretenimiento, además con un resultado nulo por motivos de salud.

5.- ¿Durante su visita a la parroquia realizo algún tipo de turismo?

Tabla 19 Pregunta 5 Tipo de turismo

	Frecuencia	Porcentaje valido
Agroturismo	192	50.00%
Turismo Cultural	113	29.41%
Turismo Salud	11	2.94%
Turismo de Aventura	68	17.65%
Total	384	100.00%

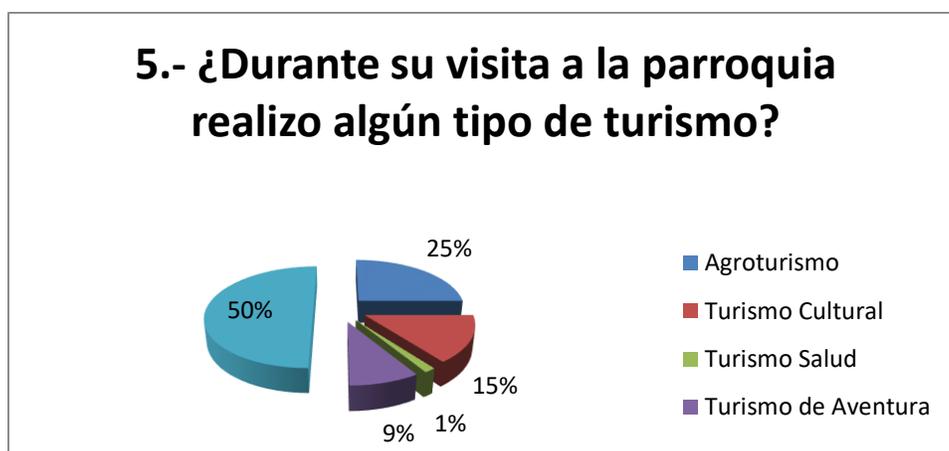


Gráfico 11 Tipo de turismo

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 50% de los visitantes a la parroquia de San José de Minas se interesan por realizar Agroturismo y un 2,94% visita por Turismo de salud. Considerándole así al Agroturismo como actividad con gran demanda y potencial, permitiendo generar nuevos productos turísticos.

Si bien es cierto no existe el producto de agroturismo formal en parroquia, sin embargo, los encuestados interpretan al momento de hacer las actividades de agricultura como una actividad de agroturismo.

6.- ¿Qué actividades de Agroturismo realizó en la parroquia mencionada?

Tabla 20 Pregunta 6. Actividades de agroturismo

	Frecuencia	Porcentaje valido
Ordeñe	56	14.71%
Cabalgatas	102	26.47%
Observación cultivo de flores	136	35.29%
Observación de proceso de molienda (caña)	68	17.65%
Agroindustriales	23	5.88%
Total	384	100.00%

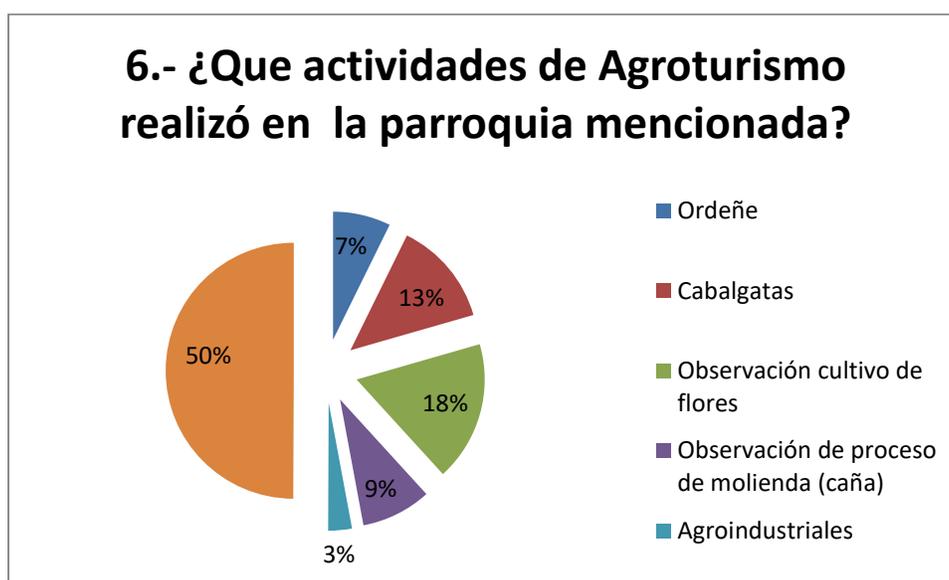


Gráfico 12 Actividades de agroturismo

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 35,29% de la población encuestada le interesa visitar San José de Minas por observación manejo de cultivos y solo el 5% por agroindustrial, por ser una zona rica en producción es una respuesta favorable para el cultivo.

7.- Con una escala del 1 al 5 considerando que 1 es nada interesado y 5 totalmente interesado ¿Qué tan interesado está usted en practicar el agroturismo en la parroquia de San José de Minas?

Tabla 21 Pregunta 7. Interés de practicar agroturismo

	Frecuencia	Porcentaje valido
Nada interesado	23	5.88%
Poco interesado	11	2.94%
Más o menos interesado	79	20.59%
Interesado	192	50.00%
Muy interesado	79	20.59%
Total	384	100.00%

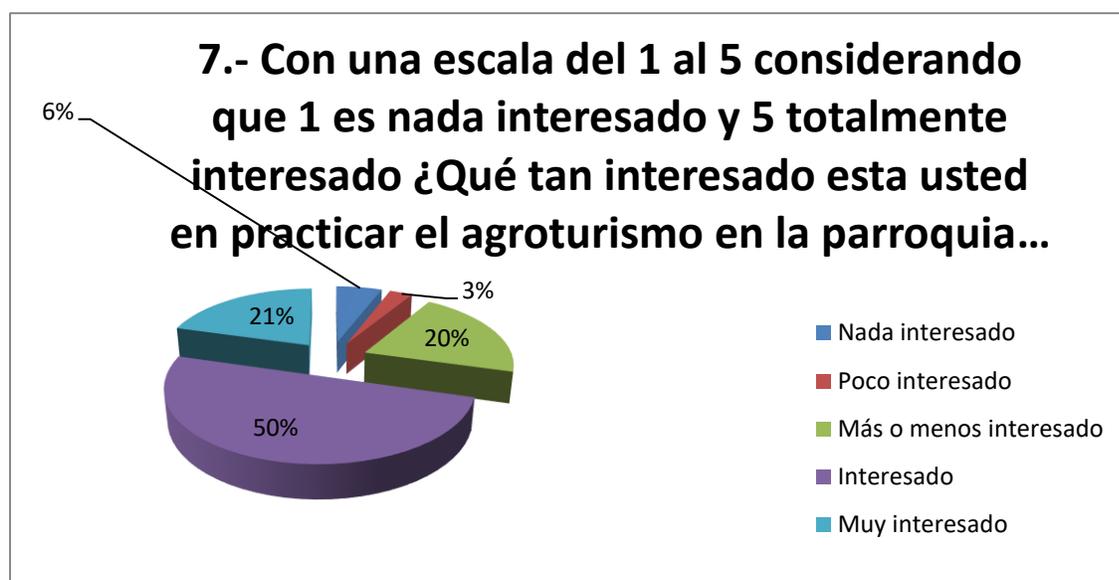


Gráfico 13. Interés de practicar agroturismo

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 50% se encuentran interesados en practicar el Agroturismo en la parroquia con mínimo de 3% nada interesado es decir que en su mayoría hay una respuesta positiva que permite realizar dichas actividades.

8.- ¿De qué manera planifica usted sus viajes?

Tabla 22 Pregunta 8 Planificación de viaje

	Frecuencia	Porcentaje valido
Independiente	294	76.47%
Agencias de viajes	11	2.94%
Plataforma Virtual	45	11.76%
Otros	34	8.82%
Total	384	100.00%

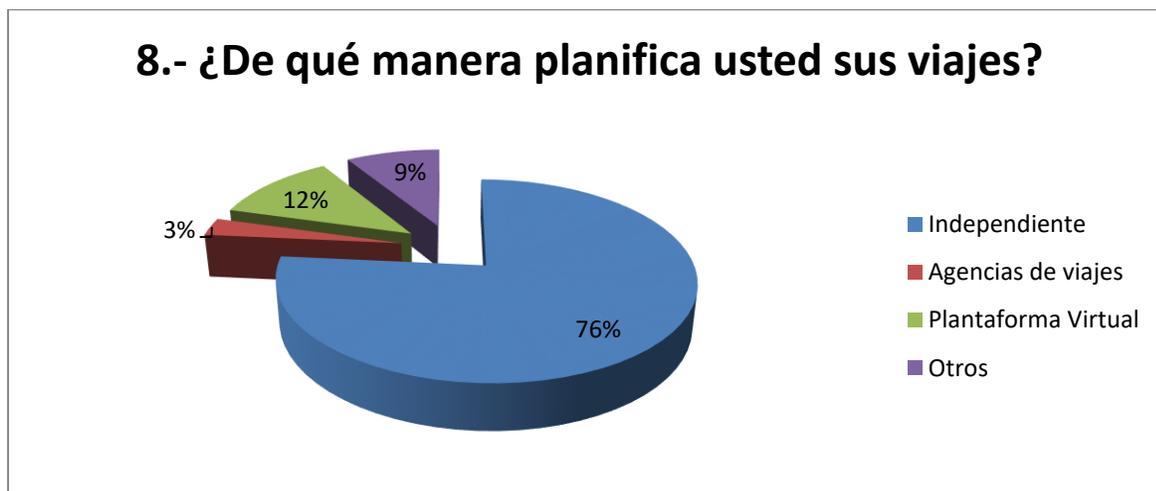


Gráfico 14 Planificación de viaje

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 76% de los encuestados realizan sus viajes de forma independiente es decir no utilizan ninguna otra opción como plataformas virtuales y un mínimo de 3% lo hace con agencia de viajes.

9.- ¿Por cuál de los siguientes medios de comunicación obtuvo información acerca de la parroquia?

Tabla 23 Pregunta 9 Medios de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje valido
Página web	57	14.71%
Radio	11	2.94%
Televisor	11	2.94%
Redes sociales	90	23.53%
Otros	215	55.88%
Total	384	100.00%

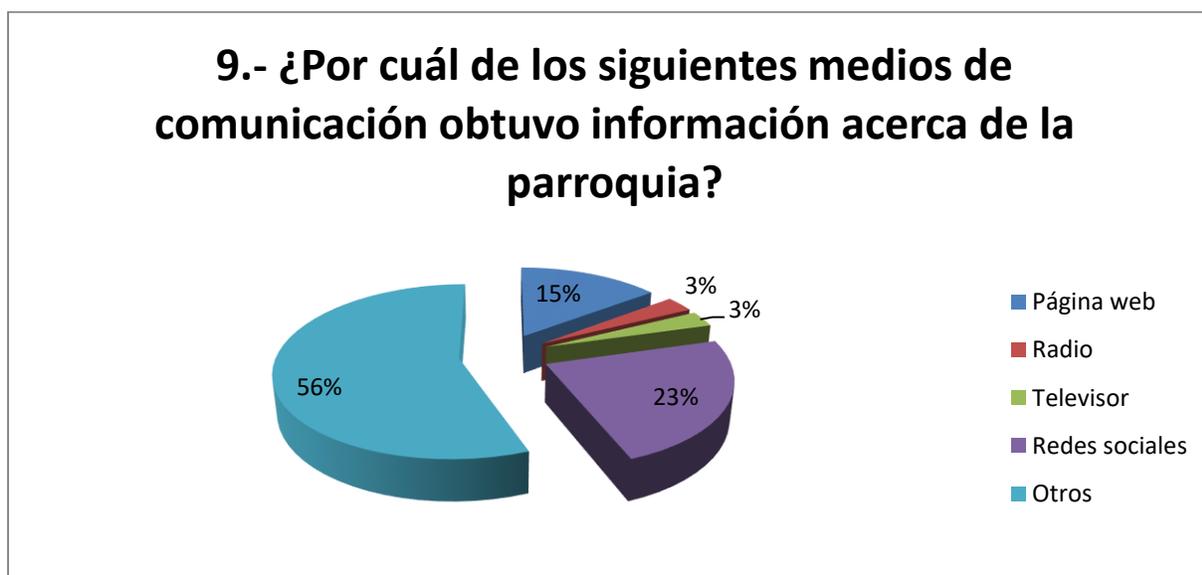


Gráfico 15 Medios de comunicación

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 56% de la población encuestada indica haberse informado a través de otros medios, tales como: (publicidad de boca a boca, revistas, comercio), tan solo el 3% se informó por radio y televisión. Por lo que es conveniente utilizar estrategias diferentes que permitan promocionar al atractivo como puede ser las redes sociales.

10.- ¿Qué plataforma virtual es de su preferencia al adquirir servicios turísticos?

Tabla 24 Pregunta 10 Plataforma Virtual

	Frecuencia	Porcentaje valido
Ninguna	226	58.82%
Booking	11	2.94%
Trivago	79	20.59%
Expedia	0	0.00%
despegar.com	68	17.65%
Total	384	100.00%

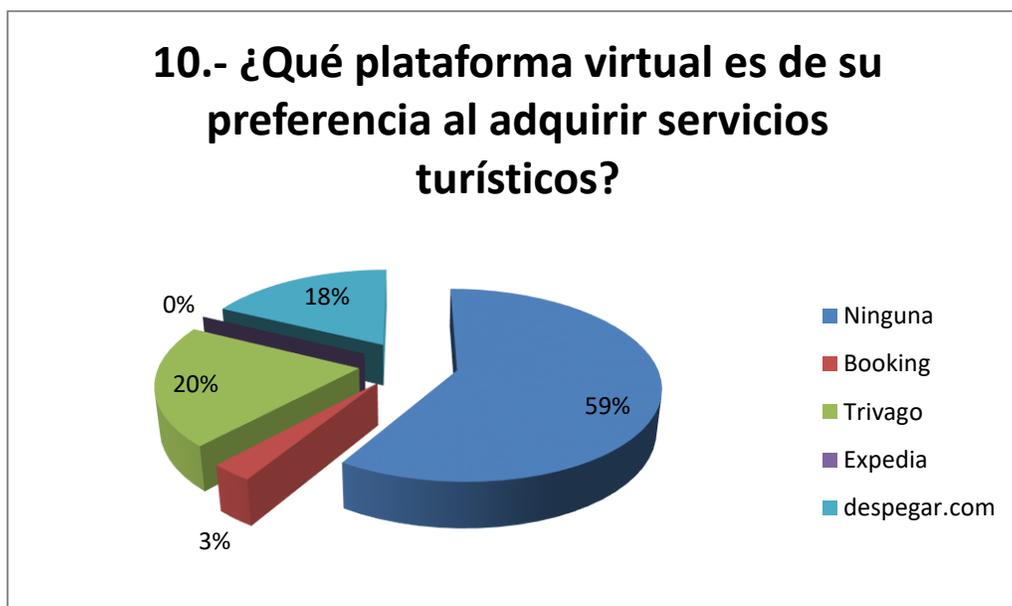


Gráfico 16 Plataforma Virtual

Elaborado por: Silvia Benalcázar

El 59% de la población encuestada indica no utilizar ningún servicio por medio de la plataforma virtual y como mínimo de 0% Expedia, se debe promocionar más en el tema de plataforma que permita al turista ya tener opciones de actividades y planificar para un viaje a la parroquia.

3.4. Oferta Turística

En el desarrollo del producto turístico de agro turismo, San José de Minas tiene como limitante los atractivos turísticos, para lo cual se tomará inventarios de los atractivos del Ministerio de Turismo (MINTUR) determinado el espacio.

3.4.1. Planta turística

Tabla 25 Atractivos Turísticos de San José de Minas

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Publica	Privada
Cerro Pirufo	Sitio Natural	Montaña	Paramo		X	
Ninamburo	Sitio Natural	Montaña	Volcán		X	
Quitzaia	Sitio Natural	Montaña	Volcán		X	
Cascada Chirisacha	Sitio Natural	Cascada	Cascada			X
Río Cumalpi	Sitio Natural	Rio	Cascada		X	
Rio Cubi o cala	Sitio Natural	Rio	Cascada		X	
Balneario agua de cal	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arqueológica		X	
Balneario Cubi	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arqueológica			X
Balneario Saavi	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arqueológica			X
Tolas de alance	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arqueológica		X	
Pogyo Divino Niño	Manifestaciones religiosas	Históricos	Arqueológica		X	
Iglesia Virgen de la caridad	Manifestaciones religiosas	Históricos	Arqueológica		X	
Hacienda de Irubi	Manifestaciones Culturales	Sistema áreas protegidas	Producción de Agropecuaria			X
Hacienda Pirca	Manifestaciones Culturales	Sistema áreas protegidas	Producción de Agropecuaria			X

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2005)

Tabla 26 Restaurantes

Nombre	Tipo/Categoría	Capacidad	Horario de Atención
Restaurante don Ruiz	Restaurant 1 Tenedores	50 pax	07h:00 - 21h:00
La ruta escondida	Restaurant 1 Tenedores	40 pax	07h:30 - 21h:00
Don Germánico	Restaurant 1 Tenedores	30 pax	07h:30 - 20h:00
Mercado Central	Restaurant 1 Tenedores	20 pax	07h:00 - 14h:00

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2005)

Tabla 27 Alojamiento

Nombre	Tipo / modalidad	Categoría	Capacidad	Servicios / Instalaciones	Precio / Horario de atención
Saavi	Hostería	2 estrellas	40 huéspedes	-Desayuno -piscina - paseo por senderos ecológicos - canchas deportivas - tarabita rio Cubi	Solo ingreso a un día es de \$ 5.00 adulto y \$.2.50 menores. Una noche y hacer todas las actividades \$.25.00
Cubi	Hostería	2 estrellas	10 huéspedes	-Desayuno -Piscina -Pesca -Canchas deportivas	Solo ingreso a un día es de \$ 4.00 adulto y \$.2.00 menores. Una noche y hacer todas las actividades \$.20.00
Asilla	Hostería	2 estrellas	25 huéspedes	-Desayuno -Piscina -Pesca deportiva (se prepara su propio plato) -Canchas deportivas	Solo ingreso a un día es de \$ 3.00 adulto y \$.1.00 menores. Descanso y hacer todas las actividades \$.16.00 adicional el desayuno de acuerdo lo que dese que le prepare.
El Chaparral	Hostal	1 estrella	18 huéspedes	-Descanso la noche	Costo de la habitación \$. 15.00
Chagras mineños	Hostería	1 estrellas	18 huéspedes	-Desayunos platos típicos -Cabalgatas	-Costo por la habitación \$. 25.00
Mi refugio	Hostería	2 estrellas	6 cabañas hasta 8 personas cada cabaña 48	-Desayuno -Piscina -Cabalgatas -Canchas deportivas - karaokes - discoteca	Solo ingreso a un día es de \$ 10.00 adulto y \$.5.00 menores. Descanso y hacer todas las actividades \$.30.00 adicional el desayuno plato típico
La Calera	Hostería	2 estrellas	5 cabañas hasta 5 huéspedes cada cabaña 25	-Desayuno -Piscina -Cabalgatas -Canchas deportivas - billar -paseo en bote - plaza de toros - capilla	Solo ingreso a un día es de \$ 15.00 adulto y \$.10.00 menores. Descanso y hacer todas las actividades \$.40.00 adicional el desayuno plato típico

Fuente: (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2005)

Elaborado por: Silvia Benalcázar

3.4.2. Infraestructura Turística

Vías de acceso

- ✚ Para viajar a San José de Minas se puede realizar desde la ciudad de Quito, terminal de la Ofelia por la panamericana norte hasta llegar al río pisque diagonal por la vía Jerusalén pasando hasta llegar Alchipichi seguido por la misma vía Puellaro, Perullo y San José de Minas. Con un aproximado de 2h00 horas.
- ✚ Vía alterna terminal la Ofelia por la vía Manuel Córdova Galarza, bajando por la occidental de la mitad del mundo seguido a Pululahua por la vía la culebrilla llegando a Perucho seguido hasta llegar a San José de Minas. Aproximado de 1h50 minutos.
- ✚ Otavalo vía San José de Minas pasando el padre encantado es una vía con piedra. Aproximada 1h00 hora.

Transporté

- ✚ Transporte privado puede realizar cualquiera de las 2 rutas.
- ✚ En el transporte público hay dos líneas de transporte con salidas cada hora Quito – Minas desde las 6am de lunes a domingo hasta las 19pm, Minas – Quito desde las 4am hasta las 17pm.

Buses

Tabla 28 Buses

Servicio de transporte	Estación/ Terminal	Destino
Otavalo	Terminal Ofelia	Quito- Minas
Minas	Terminal Ofelia	Quito- Minas

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Camionetas

Tabla 29 Camionetas

Servicio de transporte	Estación	Destino
Camionetas Vircar	Parque de San José de Minas	Disponibilidad del cliente
Camionetas San José	Parque de San José de Minas	Disponibilidad del cliente
Camionetas Camino mineños	Parque de San José de Minas	Disponibilidad del cliente

Salud

La parroquia de San José de Minas cuenta:

- ✚ Dos consultorios médicos en medicina general
- ✚ Consultorio de fisioterapia que mantiene convenio con el GAD Parroquial

Seguridad

- ✚ Existe un UPC para toda la parroquia con dos patrulleros y 6 policías. También está el teniente político es la autoridad de la parroquia que se encarga de mantener el orden.
- ✚ La parroquia cuenta con dispensario médico con atención de lunes a viernes y sábado medio día.

Mercado

Según entrevistas realizadas con las autoridades de la parroquia informan que el 70% son de la ciudad de Quito el 25 de la ciudad de Otavalo y el 5 % de la ciudad de Ibarra, las visitas son por turismo, familiares, comercio.

Perfil del cliente

Los productos de agroturismo se dirigen a familias, personas adultas que ya están jubiladas y buscan actividades diferentes, son personas que quiere disfrutar de atractivos naturales, comidas tradicionales, visita a fincas, haciendas, granjas.

3.5. Análisis Social, Político y Económico

3.5.1. Económica

Las principales fuentes económicas en la parroquia son la agricultura, ganadería, florícolas, pequeños negocios de primera necesidad.

En la agricultura los productos más destacados de la parroquia son el maíz, zanahoria blanca, camotes, tomates de árbol, frejol, arvejas, limón, caña, con el GAD se está implementado nuevas opciones de venta como por ejemplo todos los domingos establecieron un lugar para vender todos los productos orgánicos a precios económicos la venta lo realiza el cultivador y el comprador es el beneficiario el objetivo es tener intermediarios que afecte al costo del producto. En la ganadería se encuentran varias formas de vender ya sea, en carne, en pie o vivos, o en productos derivados. Dentro de la parroquia existe un mercado la venta de carnes, huevos o derivados son productos propios de la zona.

Existen plantaciones florícolas Piganflor, Clarivel, Florisol, Green Paradeso son empresas que exportan su producto a otros países, permite generar una fuente de ingresos a largo plazo.

3.5.1.1. Inflación

Según (Ecuador, Banco Central, 2018), la inflación es medida estadísticamente a través del índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medio y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

En los últimos 14 años han variado la inflación en el Ecuador

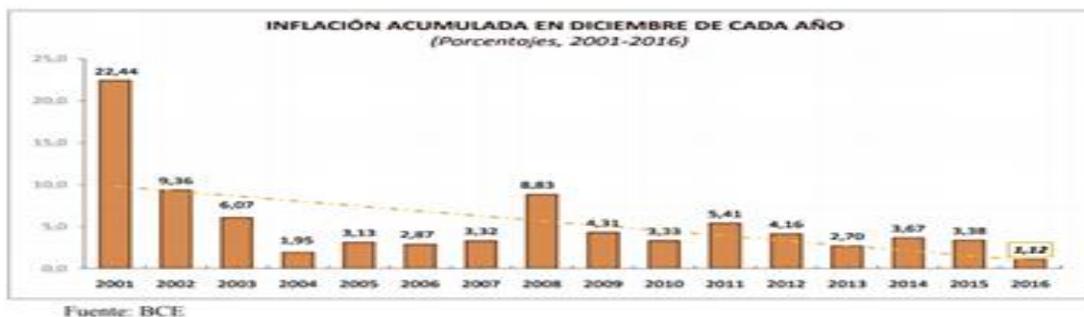


Gráfico 17 Inflación

Fuente: (Ecuador, Banco Central, 2018)

Tabla 30 Inflación en los últimos 5 años

Año	% inflación
2014	3.67%
2015	3.38%
2016	1.12%
2017	-0.20%
2018	0.27%

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Datos PIB Según el crecimiento del Turismo al semestre del 2018

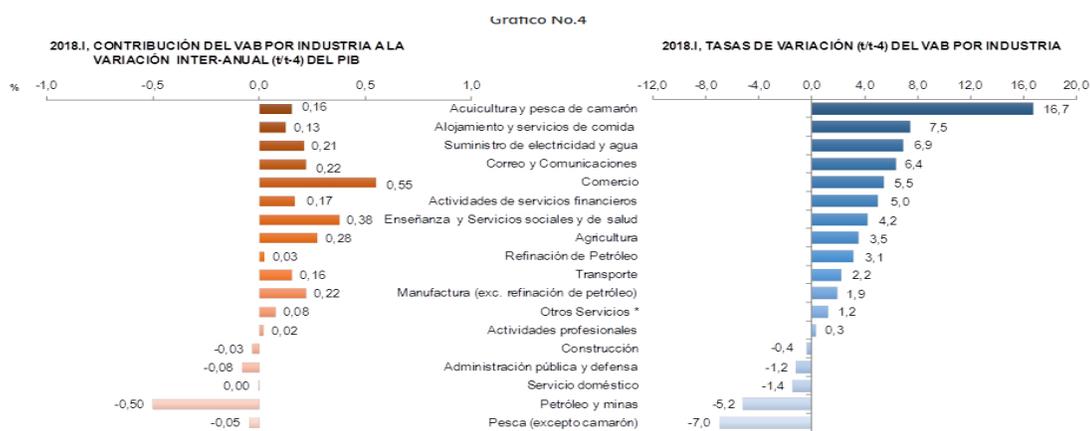


Gráfico 18 Producto Interno Bruto

Fuente: (Ecuador, Banco Central, 2018)

Según el Banco Central:

Alojamiento y servicios: el VAB de la industria registró una tasa de variación interanual positiva de 7,5% y aportó al crecimiento interanual del PIB en 0,13 puntos porcentuales. En este resultado también impactó el aumento en 46,8% del ingreso de extranjeros al país (t/t-4). Según Quito Turismo, la entrada de pasajeros al aeropuerto Mariscal Sucre tuvo un crecimiento de 3,7% (t/t-4).

3.5.2. Política

En los últimos 5 años se encuentran varios cambios políticos, por cambio de presidente, inestabilidad con los vicepresidentes cambio constante del gabinete presidencial. Generando inestabilidad, sin embargo, la constitución ha trabajado con alternativas de turismo para incrementar el # de visitantes para los receptores como los emisores.

La ley ambiental (Ecuador, Congreso Nacional, 2004) dispone que el ministerio del ambiente por su parte, debe coordinar con los organismos competentes, sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las normas de calidad ambiental, referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes. Por otro lado, se establece que las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental

La ley ambiental tiene como finalidad prevenir, conservar y controlar evitando la contaminación ambiental, auditiva, visual por lo que sus reglamentos y normas son analizados y verificados y a la vez tiene que ser aplicados. La ciudadanía cuando incumple está sujeta a disposiciones y sanciones e incluso a presentar demandas civiles y penales de ser el caso.

De igual forma la ley de turismo dice:

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Ecuador, Congreso Nacional, 2002)

La ley de turismo plantea al congreso las necesidades tanto de infraestructura, movilidad, hospedaje para poder determinar una absoluta soluciones ya que está encargada de revisar y cuidar el desplazamiento de las personas de un lugar a otro.

3.6. Análisis FODA

Cuadro 6 Análisis FODA

MATRIZ FODA		
	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	Atractivos culturales, aventura, ecológicos	poca gestión de emprendimiento
	Recursos naturales	Desconocimiento total o parcial de la comunidad sobre la oferta turística
	Especies flora y fauna única dentro de la zona	Inexistencia de la planificación turística por parte del GAD. Parroquial
	No existen problemas de delincuencia en la zona	falta de oferta y calidad del producto
	Precios cómodos	no existe alternativas de potencializar el agroturismo
	Gastronomía platos tradicionales	
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	Cada día la sociedad opta por tener un contacto con la naturaleza	daños en las vías
	Nuevas estrategias de crecimiento en el turismo a nivel País	desacuerdos políticos para desarrollar actividades
	Implementación modelos de Turismo por el MINTUR	

Elaborado por: Silvia Benalcazar

3.6.1. Estrategias para la ejecución y mejora de la Matriz FODA

Cuadro 7 Estrategias mejora del FODA

Estrategia	Acción	Responsable	Tiempo de ejecución	Indicador de Control	Presupuesto
Buscar nuevas alternativas de publicidad masiva para poder promocionar el producto de agroturismo en la parroquia enfocada a los clientes de Quito.	Buscar en redes sociales, paginas oficiales que permita hacer campañas de promoción	Gobierno parroquial de San José de Minas	2 meses	Seguimiento a los clientes que visitan las páginas.	De acuerdo al presupuesto de GAD Parroquial.
Realizar fichas con importante información de los atractivos más visitados.	Permita la conservación y el conocimiento de los lugares turísticos	Gobierno parroquial de San José de Minas	8 meses	Disponibilidad y actualización de fichas para los clientes	De acuerdo al presupuesto de GAD Parroquial
Reuniones con los presidentes de cada barrio de la parroquia para determinar los recursos turísticos que posee.	Acuerdos entre los presidentes para crear rutas turísticas.	Gobierno parroquial de San José de Minas	5 meses	Reuniones periódicas cada que sea necesario para la elaboración	De acuerdo al presupuesto de GAD Parroquial
Capacitar a la comunidad sobre el turismo.	Realizar capacitaciones sobre la responsabilidad y utilización de los recursos turísticos	Gobierno parroquial de San José de Minas	8 meses	Seguimiento sobre las buenas prácticas	De acuerdo al presupuesto de GAD Parroquial

Elaborado por: Silvia Benalcazar

3.7. Fase N° 2 Conceptualización del producto turístico

Nombre del producto turístico: “VIVE AHORA EL ENCANTO MINEÑO”

Cuadro 8 Hogar Añorado

Eje Temático	Agroturismo
Mercado Objetivo	Turistas de tercera edad, familias de 3 o más miembros, edades de 14 a 45 años ya sea por turismo ocio o estudios, también puede conocer como es la producción de maíz, las florícolas, animales vacunos, cabalgatas.
Competentes	San José de minas se encuentra cerca de la ciudad de Otavalo con quienes se comparte, cultura idiomas, platos tradicionales. Permite la participación de otras actividades.
Fundamentación	El diseño de Agroturismo dentro de la parroquia, se puede aprovechar por la variedad de climas que hay dentro de la zona eso permite que haya variedad de productos, pertenecer dentro del municipio de Quito en la ruta escondida permite ofrecer sus atractivos de diferentes maneras, se debe aprovechar el crecimiento de la salida de los turistas para poder ofrecer el agroturismo como una alternativa a las actividades del turista.

Infraestructura	La parroquia cuenta con vías de primer y segundo orden, generándole estabilidad y seguridad ya que la delincuencia casi no existe dentro de la zona.
Actividades Turísticas	Hay gran variedad de turismo como turismo de aventura, cultural, ecológico. Que pueden desarrollar diferentes actividades como: ciclismo, cabalgatas, etc.
Planta Turística	Cuneta con el alojamiento adecuado para los turistas y se encuentra cerca de la plaza central.
Accesibilidad	Existen las vías en buen estado que permite el ingreso con carros pequeños, bicicletas, cada vía cuenta con señalización que permite ubicar al turista.
Seguridad	Brigadas medica gratuitas para capacitar al personal que recibe a los turistas, botiquines dentro de los establecimientos.
Recursos Humanos	Personas humildes nativas de la parroquia que transmitan la importancia de hacer agroturismo.
Tecnología	Aplicaciones y redes sociales que permiten promocionar el producto.

Elaborado por: Silvia Benalcazar

Recursos Turísticos

Cuadro 9 Recursos Turísticos

<p>Cascada Chirisacha, Hostería la Merced</p>	<p>Se realiza las actividades de forma empírica con los habitantes de la zona ya que no existe aún un programa con las actividades con las respectivas seguridades. Se puede participar en cascadas, motocross, ciclismo, cabalgatas, etc.</p>
<p>Iglesia Virgen de la Caridad, Santuario Divino niño</p>	<p>Son actividades que las pueden realizar de forma tranquila ya que está ubicada en la plaza central.</p>
<p>montaña del pirufo cuenta con más de 300 orquídeas y 200 especies de animales mamíferos y 150 anfibios</p>	<p>Se recomienda realizar las actividades en el mes de octubre y noviembre son épocas donde las producciones de las frutas silvestres están maduras.</p>
<p>Cumalpi, Barrios San Vicente, Alance</p>	<p>Dentro de la zona se puede disfrutar de diferentes actividades como visualizar el proceso, practicar o también comprar alimentos orgánicos</p>
<p>Balneario la Calera</p>	<p>Atractivo con aguas termales de cal, actualmente es dirigido por la directiva del barrio la calera, de domingo a domingo presta los servicios de alimentación y el ingreso al balneario.</p>

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Selección de Equipamiento

Cuadro 10 Selección de equipamiento

Lugar	Descripción
Hostería Saavi	Complejo turístico cuenta con alojamiento y alimentación, adicional existen varias actividades como, piscinas, paseo sendero ecológico, canchas de boley, actividades de Agroturismo se encuentra cerca al río cubi puede cruzar el río.
Hostería Calera	Se encuentra en el barrio la calera tiene actividades turísticas como cabalgatas, paseo en bote, capilla, en el agroturismo puede visualizar la elaboración de la caña para panela o trago, cuenta Alojamiento y restaurante
Hostería mi Refugio	Tarifa de 60:0 para 2 personas en cada cabaña incluye desayuno, almuerzo, merienda las actividades del complejo como Piscinas, canchas deportivas.
Hostería Ascilla	Es una hostería que está ubicado en la parte baja del pueblo de la parroquia se puede realizar actividades como pesca deportiva, piscinas, agroturismo en la zona.

Elaborado por: Silvia Benalcazar

3.8. Fase N° 3 Diseño Producto Turístico



Elaborado por: Silvia Benalcázar

El nombre del producto de agroturismo se llama **VÍVE AHORA EL ENCANTO MINEÑO** basándose en actividades de agroturismo, como la agricultura, florícola y ganadería siendo las actividades diarias de los habitantes de la parroquia.

3.8.1. Descripción detallada del producto turístico.

Itinerario

Para dar una efectividad al Itinerario se va realizar en 3 rutas que permiten la clasificación como la producción productos nativos de la zona, ganadera actividades que permiten el conocimiento de cómo hacer otros productos alternos de la leche y la florícola en la parroquia se encuentran 3 empresas privadas dedicada a la florícola con variedades de flores y un proceso completo.

Itinerario de la Parroquia San José de Minas producto Agroturismo

Gráfico 19 Itinerario de Producto Agroturismo



Elaborado por: Silvia Benalcázar

Ruta 1 Paseo por las flores

Empresa Florícola: Piganflor

Cuadro 11 Paseo por las flores. Florícola Piganflor

Hora	Actividad	Descripción
8:00 hrs	Desayuno comida típica	Restaurante don Ruiz
9:00 hrs	Salida Plantación Piganflor	Girasol, hipérico
9:20 hrs	Ingreso a la plantación	Empresa Piganflor
10:00 hrs	Ingreso al proceso de la siembra	Conocer el proceso de siembra en cascajo y propagación y la siembra de esquejas (semilla)
11:00 hrs	Ingreso al cultivo	Una vez enraizada la semilla de 3 a 4 semanas se procede al cultivo en campo
11:40 hrs	Refrigerio	Comida liviana
12:00 hrs	Ingreso a la cosecha	Después de 14 semanas según la variedad de flores ya se puede cosechar
13:00 hrs	Empaque	Se procede a empacar en cuartos fríos las flores para ser empacadas y enviadas, también se puede comprar las flores
13:10 hrs	Almuerzo	Hostería Saavi platos a la carta o almuerzos
14:00 hrs	Opcional regresar o hospedarse en la hostería Saavi	En la hostería se encuentra áreas deportivas, piscinas senderos por los campos.

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Empresa Florícola: Florisol

Cuadro 12 Paseo por las flores. Florícola Florisol

Hora	Actividad	Descripción
8:00 hrs	Desayuno comida típica	Restaurante don Ruiz
9:00 hrs	Salida Plantación Florisol	Lirios y rosas
9:20 hrs	Ingreso a la plantación	Empresa Florisol
10:00 hrs	Ingreso al proceso de la siembra	Conocer el proceso de siembra en casajo y propagación y la siembra de esquejas (semilla)
11:00 hrs	Ingreso al cultivo	Una vez enraizada la semilla de 3 a 4 semanas se procede al cultivo en campo
11:40 hrs	Refrigerio	Alimentos livianos
12:00 hrs	Ingreso a la cosecha	Después de 14 semanas según la variedad de flores ya se puede cosechar
13:00 hrs	Empaque	Se procede a empacar en cuartos fríos las flores para ser empacadas y enviadas, también se puede comprar las flores
13:10 hrs	Almuerzo	Histeria Saavi platos a la carta o almuerzos
14:00 hrs	Opcional regresar o hospedarse en la hostería Saavi	En la hostería se encuentra áreas deportivas, piscinas senderos por los campos.

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Empresa Florícola: Clarivel

Cuadro 13 Paseo por las flores. Florícola Clarivel

Hora	Actividad	Descripción
8:00 h.	Desayuno comida típica	Restaurante don Ruiz
9:00 hrs	Salida a Plantación Calrivel	Flores millón, estar, gipson
9:20 hrs	Ingreso a la plantación	Empresa Clarivel
10:00 hrs	Ingreso al proceso de la siembra	Conocer el proceso de siembra en casajo y propagación y la siembra de esquejas (semilla)
11:00 hrs	Ingreso al cultivo	Una vez enraizada la semilla de 3 a 4 semanas se procede al cultivo en campo
11:40 hrs	Refrigerio	Alimento liviano
12:00 hrs	Ingreso a la cosecha	Después de 14 semanas según la variedad de flores ya se puede cosechar
13:00 hrs	Empaque	Se procede a empacar en cuartos fríos las flores para ser empacadas y enviadas, también se puede comprar las flores
13:10 hrs	Almuerzo	Hostería Saavi platos a la carta o almuerzos
14:00 hrs	Opcional regresar o hospedarse en la hostería Saavi	En la hostería se encuentra áreas deportivas, piscinas senderos por los campos.

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Ruta 2 Paseo por las zonas agrícolas

Sector: Barrio la Merced producción de caña

Cuadro 14 Paseo zonas agrícolas. Barrio La Merced

Hora	Actividad	Descripción
8:00 hrs	Desayuno	Hostería la merced
9:00 hrs	Proceso raumee o cosecha de caña	Barrio la merced
10:00hrs	Molienda de caña con yunta	Barrio la merced
11:00hrs	Proceso de la panela y la miel	El proceso de molienda es raume, carga al lomo o en mulas hasta el trapiche se muele la caña, sale el caldo y se pasa para cocinar, en tanques de tol o de cobre por tiempo estimado de 6 a 8 horas para miel y el dulce se hace después de llegar a un punto que se conoce como conejos son puestos en moldes para dejar reposar una noche.
13:00 hrs	Almuerzo	Hosteria la Merced
14:00 hrs	Piscina o paseo en bote	Baños de aguas termales cal con masajes de lodo / paseo en bote o caballo
18:00hrs	Empaque de la panela y la miel	Degustar del producto de la panela y la miel
19:00 hrs	Regresó o descanso	Opcional descansar en la hostería o regreso al destino de cada turista

Elaborado por: Silvia Benalcázar

Sector: Barrio Alance ganadería y agricultura

Cuadro 15 Paseo Zonas agrícolas. Barrio Alance

Hora	Actividad	Descripción
8:00hrs	Desayuno	Restaurante Ruta escondida
9:00 hrs	Alance	Ruta sector Alance visitando el total arqueológicas que están vinculadas con las ruinas de cochasqui
10:00hrs	Alance y su ganadería	Todas las mañanas sales los agricultores a ordeñar sus vacas lecheras, para luego ser vendidas.
11:00 hrs	Siembra de la zanahoria	Proceso de arado con bueyes y guachos abonando se planta la semilla su crecimiento es de 7 meses
13:00 hrs	Cosecha	La cosecha se realiza con azadón cavando la tierra
13:30 hrs	Compra	Se puede comprar el producto en efectivo
14:00 hrs	Almuerzo	Restaurante la ruta escondida

15:00 hrs	Visita San Vicente	Proceso cultivo de tomate se le deja enraizar por un mes y medio aproximadamente una vez cumplido el tiempo trasplantar y dar un proceso de riego con fertilizantes y fumigación y pinchar la punta a una altura de 80 cm o un metro para q salga las ramas y florecen se debe cuidar del viento evitando las caídas de las flores que permiten la producción del fruto.
18:00 hrs	San Vicente	Se cosecha a los 8 meses
18:30 hrs	Regreso o Descanso y merienda	Hostal el chaparral , en la noche se puede salir a pasear por el parque central

Elaborado por: Silvia Benalcázar

3.9. Evaluación de las condiciones

Se evalúa las condiciones actuales del producto turístico

Cuadro 16 Evaluación de condiciones

Impacto	Positivo	Negativo
Económico	<ul style="list-style-type: none"> -Genera nuevas plazas de empleo. -Incremento en el ámbito hotelero, gastronómico y turístico. -buscar otras alternativas de diseñar productos turísticos en la parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> -Desvalorización en el coste de los productos agrícolas. -no existe una oferta y demanda fuerte dentro de lo hotelero y gastronómico.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> -realizar reforestaciones con las unidades educativas en los bosques. -considerar como una reserva de conservación a la reserva ecológica cambugan. 	<ul style="list-style-type: none"> -la quema de los desechos de la misma producción contamina al ecosistema. -no concientiza la gente de campo sobre la conservación de la flora y fauna.
Social	<ul style="list-style-type: none"> -Oportunidades de crecimiento económico para los habitantes de San José de Minas - conservación de las cultural, etnias de la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> -contaminación de los desperdicios no reciclados -alteración en los precios al crecimiento urbano.

Elaborado por: Silvia Benalcázar

3.9.1. Grafico del Producto Turístico

“Vive ahora el encanto mineño”

<p>Vía a la parroquia de San José de Minas, pasando por la vía ruta escondida.</p>	 <p>The map shows a blue route starting from QUITO, heading north through Calderón, San Antonio de Pichincha, Pululahua, Perucho, Chavezpamba, Atahualpa, and Puéllaro, ending at San José de Minas. Other nearby towns like Otavalo, Tabacundo, Cayambe, Guayllabamba, Malchingui, Maichingui, Quinche, Checa, Yaruqui, and Pifo are also marked.</p>
<p>Elaborado por:</p>	<p>La Hora</p>

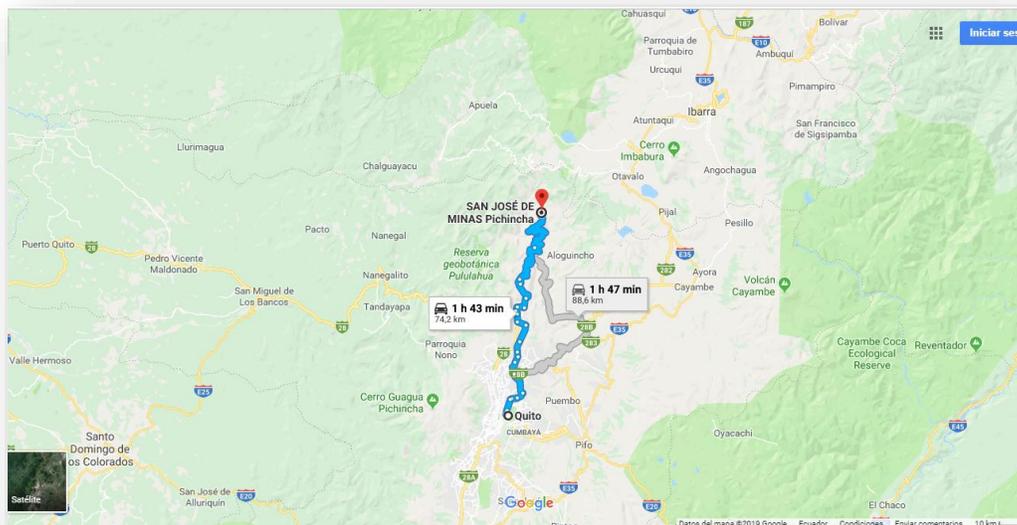


Gráfico 20 Hogar Añorado

CONCLUSIONES

- ✚ Para poder desarrollar el producto se realizó la fundamentación teórica basada en varios actores con definiciones, conceptos y bibliografías importantes que sustentan la información para el aporte práctico.
- ✚ Para el desarrollo del proyecto se analizaron varias metodologías seleccionando la metodología de Swisscontact.
- ✚ En el desarrollo del producto turístico se aportó la información local tanto en atractivos, infraestructura, gastronomía y otras alternativas para potencializar el turismo en la parroquia con la finalidad de proponer a la GAD. Parroquial la utilización como aporte social y el desarrollo económico según las estrategias establecidas por las autoridades.

RECOMENDACIONES

- ✚ Se propone hacer uso el producto para ofertar y contribuir en el desarrollo de la Parroquia de San José de Minas aportando al desarrollo económico.
- ✚ Realizar capacitación a la nueva juventud sobre guías de turismo considerando como alternativa de emprendimiento.
- ✚ Es prudente mantener la oferta turística y se recomienda la ejecución de este proyecto que garantiza importante información que permite la elaboración de estrategias dando como resultado una forma positiva en el Agroturismo.
- ✚ Se recomendando realizar fichas identificado el sector turístico con nuevos tipos de servicios que estén ligados al agroturismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (1992). *Agencias de viajes: organización y operación*. México: Trillas.
- Cárdenas Cutiño, G. A. (1999). *Diccionario de Ciencias Economicas - Administrativas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Cardoso Jiménez, C. (mayo de 2006). *Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada*. Recuperado el 26 de enero de 2019, de <https://www.redalyc.org/html/1934/193420679001/>
- Carrera Barros, C. C. (2016). *Proyecto de factibilidad agroturístico en la finca rancho Trojapamba de la parroquia Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha*. Recuperado el 03 de diciembre de 2018, de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/13796>
- Cobos Ibarra, P. (12 de 14 de 2018). Recursos turísticos. (S. Benalcazar, Entrevistador)
- De la Colina, J. M. (s.f.). *Producto Turístico*. Recuperado el 14 de noviembre de 2018, de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- De la Torre Padilla, O. (1991). *Conferencia Internacional de estadísticas de turismo y viajes*. Ottawa: OMT.
- Diario El Comercio. (07 de marzo de 2018). *Gobierno busca que el turismo en Ecuador sea el tercer rubro de ingresos*. Recuperado el 4 de noviembre de 2018, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/gobierno-busca-que-turismo-ecuador.html>
- Díaz, B. (2011). *Diseño Producto turístico*. Madrid: Síntesis.
- Ecuador, Banco Central. (2018). *Inflacion*. Recuperado el 9 de enero de 2019, de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Ecuador, Banco Central. (2018). *Producto interno bruto*. Recuperado el 12 de enero de 2019, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/310-producto-interno-bruto>
- Ecuador, Congreso Nacional. (27 de diciembre de 2002). *Ley de turismo*. Recuperado el 13 de 01 de 2019, de Registro Oficial N° 733 Modificada el 29 de diciembre de 2014: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ecuador, Congreso Nacional. (10 de septiembre de 2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Recuperado el 15 de enero de 2019, de Registro Oficial Suplemento 418: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). *Población y Demografía (Quito)*. Recuperado el 3 de enero de 2019, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (2005). *Inventario atractivos turísticos: Resumen año 2004*. Recuperado el 4 de enero de 2019, de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004.pdf>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (26 de septiembre de 2007). *Diseño del Plan estratégico de desarrollo de Turismo sostenible para Ecuador, PLANDETUR 2020. INFORME FINAL*. Recuperado el 07 de 11 de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (10 de mayo de 2018). *Agroturismo, estrategia que se trabaja con los actores de la industria turística nacional*. Recuperado el 21 de enero de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/agroturismo-estrategia-que-se-trabaja-con-los-actores-de-la-industria-turistica-nacional/>
- Ecuador, Prefectura de Pichincha. (16 de febrero de 2018). *Asociación de productores agropecuarios se benefician de cubiertas para ordeño*. Recuperado el 6 de diciembre de 2018, de <http://www.pichincha.gob.ec/component/content/article/93-noticias/183-asociacion-de-productores-agropecuarios-se-benefician-de-cubiertas-para-ordeno>
- Flores, D. (17 de marzo de 2011). *Agroturismo*. Recuperado el 4 de diciembre de 2018, de <http://ruralagroyecoturismo.blogspot.com/2011/03/agroturismo.html>
- García Henche, B. (2005). *Características referenciales del producto turismo rural*. Recuperado el 6 de diciembre de 2018, de Cuadernos de Turismo Nº 15. Págs. 113 - 134: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1302242>
- Hunter, C. J. (1997). Sustainable Tourism as an Adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 4,, 850 - 867.
- Krapf, K., & Hunziker, W. (2001). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Buenos Aires: Brujas.
- Mamani Villasante, W. (24 de noviembre de 2016). *Demanda Turística*. Recuperado el 22 de diciembre de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- México, Secretaría de Turismo. (s.f.). *Glosario*. Recuperado el 18 de diciembre de 2018, de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Morla Cedeño, J. D. (11 de 2010). *Sistema Turístico*. Recuperado el 27 de 01 de 2019, de <https://www.monografias.com/trabajos82/sistema-turistico/sistema-turistico2.shtml>

Nicolalde Romero, C. G. (2010). *Implementación de Agroturismo en la Hacienda Jatumpamba, Parroquia San José de Minas, Cantón Quito, Provincia Pichincha*. Recuperado el 4 de noviembre de 2018, de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/106/1/UISRAEL-EC-ADMH-378.242-505.pdf>

Organización Internacional del Trabajo. (2011). *Guía Práctica sobre la Reducción de la Pobreza a través del Turismo*. Recuperado el 22 de noviembre de 2018, de <https://www.ilo.org/public/ibusc0001/servicios/turismo.html>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico local*. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de <http://docplayer.es/70256647-Fase-1-diagnostico-del-plan-de-desarrollo-turistico-local.html>

Pujol Bengoechea (Coord), B. (1999). *Diccionario de Marketing*. Madrid: Cultura S. A.

Thompson, I. (mayo de 2006). *Definición de la Oferta*. Recuperado el 3 de diciembre de 2018, de <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

Varisco, C. (2013). *Sistema turístico: subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Recuperado el 12 de diciembre de 2018, de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

Wikipedia. (01 de junio de 2014). *Minas (parroquia)*. Recuperado el 3 de enero de 2019, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Minas_\(parroquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Minas_(parroquia))

Wikipedia. (s.f.). *Atahualpa (parroquia)*. Recuperado el 5 de enero de 2019, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Atahualpa_\(parroquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Atahualpa_(parroquia))

Wikipedia. (s.f.). *Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 4 de enero de 2019, de https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_Metropolitano_de_Quito

ANEXOS

Anexo 1 Ficha de Producto

FICHA DE PRODUCTO			
Ficha N: _____			
Nombre del producto			
<i>Se determinará el nombre del producto en conjunto con los actores involucrados. Se debe realizar una medición de impacto en el público objetivo con el nombre asignado -el nombre puede variar.</i>			
Ubicación			
Región: _____	Provincia: _____	Distrito: _____	
Producto principal de venta - factor de diferenciación PPV			
Definición del producto			
Público objetivo según la búsqueda de experiencia			
Nicho ()	Multitemático ()	Moda ()	
Tipo de mercado interno			
VN divertido ()	VN descanso y relax ()	VN conocedor ()	
Tipo de mercado extranjero			
TE cultural ()	TE de naturaleza ()	TE de aventura ()	TE de sol y playa ()
Perfil según estilo de vida*			
Personalizados (a la medida) ()	Equilibrados (bienestar) ()	Responsables (Sostenibilidad) ()	
Conectados (tecnológicos) ()	Inclusivos (nichos: solteros, discapacitados, etc.) ()	Exclusivos (Estatus) ()	

Anexo 2 Propuesta del Producto turístico

PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO

NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO: _____

Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo () Producto reestructurado ()

Descripción del producto turístico

Eje temático: _____

Segmento de demanda: _____

Motivación (identificar los motivos del viaje)

Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)

Calidad necesaria en infraestructura

Describir la calidad necesaria que debería tener cada uno de los puntos detallados. Deben guardar directa relación con el público objetivo identificado y el concepto del producto.

Instalaciones turísticas (equipamiento turístico): _____

Actividades turísticas: _____

Planta turística: _____

Accesibilidad: _____

Recursos y atractivos turísticos: _____

Calidad necesaria en el servicio

Describir la calidad necesaria que debería tener cada uno de los puntos detallados. Deben guardar directa relación con el público objetivo identificado con el concepto del producto.

Seguridad: _____

Gestión: _____

Recursos humanos: _____

Tecnología: _____

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo, considerar temporalidad)

Indicar opciones como half day, full day o programas más largos.

Anexo 3 Fichas ministerio de turismo

Observaciones: SI NO S/I

5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Especifique:							
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual		
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
k. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: RANCHERAS					
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial /	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique e:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

Anexo 3 Fotos de la Parroquia San José de Minas



Encuesta

ENCUESTA PARA LOS TURISTAS QUE VISITAN SAN JOSÉ DE MINAS

El objetivo de esta encuesta es determinar la aceptación del producto de agroturismo con la oferta y demanda dentro de la parroquia de San José de Minas.

Femenino: ____ Masculino: ____ Edad ____

1.- ¿Usted ha visitado alguna vez la parroquia de San José de Minas?

SI () NO ()

2.- ¿Viaja Ud. solo o acompañado?

Solo ____

Acompañado: pareja () amigos () compañeros de trabajo () familiares ()

3.- ¿Con que frecuencia visita usted la parroquia mencionada?

Mensual ____ Trimestral ____ Semestral ____ Anual ____

4.- ¿Cuál fue su principal motivación para viajar a la parroquia mencionada?

Deporte ____ Ocio/Entretención ____ Salud ____ Familia ____

Negocio ____ Otros ____

5.- ¿Durante su visita a la parroquia realizó algún tipo de turismo?

Agroturismo ____ Turismo Cultural ____ Turismo Salud ____ Turismo de Aventura ____

Negocio ____

6.- ¿Qué actividades de Agroturismo realizó en la parroquia mencionada?

Ordeño ____ Cabalgatas ____ Observación manejo de cultivo ____

Observación de procesos ____ Agroindustriales ____

7.- Con una escala del 1 al 5 considerando donde 1 es nada interesado y 5 totalmente interesado ¿Qué tan interesado está usted en practicar el agroturismo en la parroquia de San José de Minas?

Nada interesado ____ Poco interesado ____ Más o menos interesado ____ Interesado ____

Muy interesado___

8.- ¿De qué manera planifica usted sus viajes?

Independiente___ Agencia de viajes___ Plataforma Virtual___ Otros___

9.- ¿Por cuál de los siguientes medios de comunicación obtuvo información acerca de la parroquia?

Página web___ Radio___ Televisor___ Redes sociales___ Otros___

10.- ¿Qué plataforma virtual es de su preferencia al adquirir servicios turísticos?

Ninguna___ Booking___ Trivago___ Expedia___ Despegar.com___