



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACION, CIENCIA Y TECNOLOGIA.**

**TEMA:**

**“IMPORTANCIA DE LAS FINCAS AGROECOLÓGICAS COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE AMBUQUÍ CANTÓN IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.”**

Tesis de grado previo la obtención del Título de Licenciado en la Especialidad Ecoturismo

**AUTOR:**

**SOLANO LUIS GUSTAVO.**

**DIRECTOR:**

**DR. JULIO ROSERO**

**IBARRA, 2010**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director de la tesis del siguiente tema: **“DETERMINAR LA IMPORTANCIA DE LAS FINCAS AGROECOLÓGICAS COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE AMBUQUÍ CANTÓN IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.”**, trabajo realizado por el señor egresado: **SOLANO LUIS GUSTAVO**. Previo a la obtención del título de Licenciados en Ciencias de la Educación, mención Ecoturismo

A ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.

**DR. JULIO ROSERO**

**DIRECTOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

De manera muy especial a mi  
querida esposa que en todo  
momento supo apoyarme y  
brindarme su confianza, para que  
pueda cristalizar mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente proyecto va dirigido con una expresión de gratitud para mis maestros, que con nobleza y sacrificio, depositaron en mí sus conocimientos, a mi querida Universidad, porque en sus aulas recibí los más gratos recuerdos que nunca olvidare y a mi querida familia por motivarme a alcanzar este objetivo.

## ÍNDICE

	PÁG.
PORTADA	I
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE	V
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1.- ANTECEDENTES	1
1.2.- JUSTIFICACION	2
1.3.- FORMULACION DEL PROBLEMA	3
1.4.- DELIMITACION	4
1.4.1.-ESPACIAL	4
1.4.2. TEMPORAL	4
1.5. OBJETIVOS	4
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	4
1.5.2. OBJETIVO ESPECÍFICO	4
1.6 JUSTIFICACIÓN	5
<b>CAPITULO II</b>	<b>7</b>
2.1. MARCO TEÓRICO	7

2.1.1. AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA LA AGRICULTURA	7
2.1.2. QUÉ ES EL AGROTURISMO	7
2.1.3. EVOLUCIÓN DEL AGROTURISMO.	9
2.1.4. ASPECTOS CULTURALES.	11
2.1.5. EL AGROTURISMO ES LA SOLUCIÓN A LA CRISIS DE LA AGRICULTURA	15
2.1.6. EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS	16
2.1.7. LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	16
2.1.8. FACILIDADES TURÍSTICAS	16
2.1.9. CLASIFICACION DE LOS ATRACTIVOS	17
2.1.10. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	17
2.1.11. CLASIFICACION DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	17
2.1.12. LAS COMUNIDADES Y EL TURISMO	18
2.1.13. LA AGROECOLÓGICA	18
2.1.14. BASES DE CREACION	19
2.1.15. FUNDAMENTO S DE LA APLICACIÓN	20
2.2 POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL	21
2.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS	23
2.4 SUB PROBLEMA E INTERROGANTES	25
2.5 MATRIZ CATEGORIAL	26
<b>CAPITULO III</b>	<b>28</b>
3.1. DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.2. MÉTODOS	29

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:	29
3.4. POBLACIÓN:	29
3.5. MUESTRA:	31
3.6. ESQUEMA DE LA PROPUESTA	31
<b>CAPITULO IV</b>	<b>32</b>
4..1TABULACION DE ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA DE AMBUQUI	32
4. 2 TABULACION DE ENCUESTAS DIRIGIDAS A TURISTAS QUE VISITAN LA PARROQUIA DE AMBUQUI	50
<b>CAPITULO V</b>	<b>62</b>
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
5.1 CONCLUSIONES	62
5.2 RECOMENTACIONES	64
<b>CAPITULO VI</b>	<b>67</b>
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	67
6.1 TITULO DE LA PROPUESTA	67
6.2 JUSTIFICACIÓN	67
BIBLIOGRAFÍAS.	67
ANEXOS	82
	84

## RESUMEN

El presente proyecto está encaminado a fortalecer la imagen turística de la parroquia de Ambuquí, a través de la valoración de las fincas agroecológicas como un producto turístico, por lo que la investigación está dirigida principalmente a los propietarios de las fincas, empleados, miembros de la comunidad, directamente involucrados con el desarrollo turístico. Dentro del problema de investigación se determinó los antecedentes resaltando la situación actual por la cual están pasando las fincas y la comunidad de Ambuquí, determinando el problema y determinando la propuesta de difusión considerando las estrategias más importantes como es realizar una capacitación dirigida a los dueños de las fincas, empleados y la comunidad. En conclusión la propuesta de capacitación a través de la puesta en marcha del proyecto es una necesidad importante y actual para la parroquia de Ambuquí, así como el interés por favorecer la imagen turística, el desarrollo económico y la conservación del ambiente. Recordemos en forma general en la parte final fortalecer las actividades turísticas relacionadas con la agroecología, la interacción y el compromiso de los involucrados directa e indirectamente en las actividades turísticas en la parroquia de Ambuquí de la provincia de Imbabura para trabajar en proyectos que permitan un desarrollo equilibrado tanto como para el bien de las personas como del ambiente.

## **ABSTRACT**

This Project aims to strengthen the tourism image of the parish of Ambuqui through the assessment of Agroecological farms as a tourist product, so research is aimed primarily at owners of farms, employees and members of the community directly involved with tourism development. Within the problem of the background investigation determined highlighting the current situation which are passing farms and Ambuqui community, determined the problem and determining the distribution proposal considering the most important strategies is to conduct outreach and training aimed at farm owners, employees and community. In conclusion we can of the proposed training through the implementation of the project is an important need and current parish Ambuqui whether increasing interest in promoting the tourist image, economic development and environmental conservation. Remember I a general way in the end strengthen tourism activities related to agroecology interaction and commitment directly and indirectly involved in tourism activities in the parish of Ambuqui and the Province of Imbabura to work on development projects that allow balanced as much as for the good of the people and the environment.

## **INTRODUCCIÓN**

La elaboración de este proyecto se ha realizado en seis capítulos a través de los cuales se permite tener la visión clara de la situación actual de las fincas de la parroquia de Ambuquí, y a la vez la propuesta que se plantea para el mejoramiento de las mismas.

En el Capítulo I, en el que se determina el Problema de investigación, presentando la situación actual de las fincas de la parroquia de Ambuquí y se establece los objetivos a lograrse con el desarrollo del proyecto.

En el Capítulo II, se desarrolla el Marco Teórico con un respaldo científico de los procedimientos y alternativas de solución al problema determinado anteriormente.

En el Capítulo III, se ha realizado la Metodología de Investigación donde se determino los métodos, técnicas e instrumentos para obtener datos científicos necesarios para la adecuada ejecución del proyecto.

En el Capítulo IV, se realiza la tabulación y análisis de la información recabada a los dueños de las fincas y a turistas que visitan la parroquia.

En el Capítulo V, se una serie de conclusiones y recomendaciones descritas en forma lógica como resultado del análisis de la información.

En el Capítulo VI, se presenta la propuesta alternativa, realizada con la finalidad de solucionar el problema presente en las fincas de la parroquia de Ambuquí, para lo cual se requirió realizar una Capacitación dirigida a los dueños, empleados y miembros de la comunidad.

## **CAPITULO I**

### **1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACION**

#### **1.1.- ANTECEDENTES**

La parroquia de Ambuquí está ubicada en una excelente situación geográfica, que es parte del Cantón Ibarra y se ubica a 43 km, en el noroeste de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Limita al norte con el río Chota, al sur con la parroquia de Angochagua, al este con el Cantón Pimampiro y al oeste con Yuracruz y Salinas.

El clima del área es cálido seco, su temperatura fluctúa de 22 a 30 grados centígrados, con una precipitación menor a 500 mm, la altitud promedio es de 1.600 m.s.n.m.; debido a que se encuentra rodeado de grandes montañas, se mantiene una circulación del aire que trae como consecuencia nubes cargadas, alrededor de las montañas con frecuentes precipitaciones mientras que al interior existe un aire cálido y seco muy beneficio para la salud, tanto para los pobladores como para los visitantes.

Sus habitantes se dedican a la agricultura y comercialización de diversos productos agropecuarios como ovo, fréjol, pimiento, caña de azúcar, tomate, vainita, yuca, animales menores (pollos, cuyes, chivos, caracoles).

El sector campesino tradicional de la parroquia de Ambuquí está conformado por pequeños productores minifundistas, se caracteriza por ser un sector de bajos ingresos, que utiliza tecnología tradicional, su capacidad de acumulación es extremadamente limitada.

Los moradores por falta de organización y conocimiento en prestación de servicios agro turísticos no se han desarrollado en este campo y se han dedicado actividades tradicionales como la agricultura, lo cual no ha permitido mejorar su calidad de vida pese a que poseen las condiciones idóneas para el turismo agroecológico.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

A pesar de disponer una gama diversa de escenarios naturales, paquetes de turismo con varias opciones de visitas y actividades, existen ciertas dificultades que deben ser superadas para que un turismo alternativo pueda tener éxito y lograr una sostenibilidad social, ambiental y económica.

Las dificultades son las siguientes: durante el proceso organizativo las acciones desarrolladas por cada uno de los actores son procesos aislados, espontáneos y su éxito está ligado a la voluntad y creatividad que cada uno de ellos.

En el turismo de la zona se tiene la presencia de inversión privada necesaria para llevar adelante los procesos, pero hace falta incluir y propiciar el principio de co-responsabilidad social, una distribución más equitativa y justa de las ganancias generadas con el agroturismo.

Pese a que los gobiernos locales en la actualidad están promoviendo en el sector proyectos para rescatar la cultura que abarca entre otros sectores la parroquia de Ambuquí, no ha existido un verdadero impulso ni se han desarrollado ningún proyecto destinado exclusivamente al agro turismo como una fuente de reactivación económica pues existe desconocimientos de fincas agro ecológicas como destinos turísticos, en la parroquia de Ambuquí.

En el campo turístico la parroquia de Ambuquí no se ha desarrollado en plenitud pues se le considera una parroquia de paso; se puede decir que la demanda turística es atendida de manera adecuada debido a la ausencia de verdaderas iniciativas en el sector tanto privado como público.

### **1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cómo convertir las fincas agroecológicas de la parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra en atractivos turísticos?

## **1.4. DELIMITACION**

### **1.4.1. ESPACIAL**

El presente proyecto se a realizado en las fincas agroecológicas de los agricultores que se encuentran organizados, ubicadas en la parroquia de Ambuquí, Cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **1.4.2. TEMPORAL**

El presente trabajo de investigación se realizò durante el primer semestre del año 2010 y servirá en adelante como una herramienta para fomentar el desarrollo agro turístico en la zona.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar la importancia de las fincas agroecológicas de la parroquia de Ambuquí, como atractivos turísticos de personas nacionales y extranjeros.

### **1.5.2. Objetivo Específico**

- Diagnosticar la situación real de las fincas que existen en Ambuquí y su inclusión en la operación turística.
- Determinar si existe demanda turística de las fincas agroecológicas en la parroquia de Ambuquí.(revisar en otra tesis)

## 1.6 JUSTIFICACION

Las fincas agroecológicas en la zona causan escenarios paisajísticos que se diversifican y hacen única en la provincia esta actividad, turismo de investigación, parte de la zona de intervención se encuentra ubicada en un lugar de gran importancia desde el punto de biodiversidad.

En la parroquia de Ambuquí existe una demanda turística mal atendida no ha existido inversión del sector privado y público para brindar servicios de calidad al visitante por lo que no se aprovechado los recursos que posee la parroquia, pese a que en febrero de cada año llegan miles de visitantes y durante el año no es la excepción pues turistas nacionales y extranjeros visitan por su propia cuenta.

A pesar de disponer una gama diversa de escenarios naturales, paquetes de turismo con varias opciones de visitas y actividades, existen ciertas dificultades que deben ser superadas para que un turismo alternativo pueda tener éxito y lograr una sostenibilidad social, ambiental y económica. Las dificultades son las siguientes: durante el proceso organizativo las acciones desarrolladas por cada uno de los actores son procesos aislados, espontáneos y su éxito está ligado a la voluntad y creatividad que cada uno de ellos. En el turismo de la zona se tiene la presencia de inversión privada necesaria para llevar adelante los procesos, pero hace falta incluir y propiciar el principio de co-responsabilidad social, una distribución más equitativa y justa de las ganancias generadas con el agro- ecoturismo.

Pese a que los gobiernos locales en la actualidad están promoviendo en el sector proyectos para rescatar la cultura que abarca entre otros sectores la parroquia de Ambuquí, no ha existido un verdadero impulso ni se ha desarrollado ningún proyecto destinado exclusivamente al agroturismo como una fuente de reactivación económica pues existe desconocimientos de fincas agroecológicas como destinos turísticos, en la parroquia de Ambuquí.

En el campo turístico la parroquia de Ambuquí no se ha desarrollado a plenitud pues se la considera una parroquia de paso; se puede decir que la demanda turística es atendida de manera inadecuada debido a la ausencia de verdaderas iniciativas en el sector tanto privado como público.

La propuesta trata de mantener y fortalecer este espacio de manejo de recursos naturales y buscar la sostenibilidad técnica, social y económica de los relictos de bosque seco a través de la promoción de actividades ecoturísticas, las mismas que contribuirán en forma paulatina con recursos económicos para el mantenimiento de las mismas con una conciencia social que contribuya a este logro.

Por otro lado los productores agroecólogos tendrán la oportunidad de mejorar e introducir otras técnicas en el agroecosistema de conservación de suelos; así como sentirse incentivados en este tipo de producción debido a la generación de ingresos que proporciona las actividades agroturísticas. Esta propuesta permitirá activar la fincas de los productores, con actividades turísticas y contribuir a fortalecer la sociedad en temas ambientales, debido a

una sostenibilidad económica producto del proceso ecoturístico; por otro lado, el manejo agroecológico de fincas, a más de generar ingresos por aspectos de venta de productos se complementarían por acciones agroturísticas.

## CAPITULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1. AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA LA AGRICULTURA

La agricultura nacional ha visto como a lo largo de los años su rentabilidad ha ido disminuyendo considerablemente con las consecuencias muchas veces desastrosas. A partir de esta situación surge una actividad complementaria a la actividad diaria del campo y que viene a suministrar ingresos alternos a los obtenidos directamente de la Agricultura. Esta nueva opción se denomina **Turismo Rural**, que se ha desarrollado principalmente con el respaldo de dos grandes actividades económicas: **la actividad agrícola y la turística**, la evolución y difusión de unas de sus expresiones: **EL AGROTURISMO.**

##### 2.1.2. QUÉ ES EL AGROTURISMO

Por turismo rural se entiende una actividad turística que se desarrolla en un espacio rural y que consiste en retornar al conocimiento del mundo rural, viviendo y participando de la cultura propia de sus habitantes, como respuesta al desarrollo de una sociedad moderna que cada vez está más alejado de sus tradiciones.

Este turismo se localiza principalmente en el interior del país, aunque ya hay comunidades

de turismo tradicional de litoral que también las ofertan, y permite practicar ciertas actividades y deportes que nos contactan con la naturaleza (senderismo, rutas en bicicleta, a caballo), o simplemente la contemplación de los paisajes. Cuando se realizan actividades típicas de la tierra éste turismo se convierte en Agroturismo.

El Agroturismo incluye el alojamiento compartido o independiente en la vivienda de los propietarios, dedicados a la actividad ganadera, agrícola o forestal. Se trata de reactivar las zonas más deprimidas con una mejora de su calidad de vida, complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas.

Así mismo, es una actividad que integra a toda la familia campesina y resguarda sus costumbres y tradiciones. La idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y/o diversificar sus ingresos. El agroturismo es mucho más: por el hecho de que sus viviendas tienen una capacidad limitada, lo que permite disfrutar de una estancia tranquila, sin aglomeraciones, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza.

### **2.1.3. EVOLUCIÓN DEL AGROTURISMO.**

En lo que respecta al agroturismo como actividad de ocio, ha habido un magnífico grado de aceptación desde el comienzo, principalmente por parte de la población urbana.

La posibilidad de disfrutar de la naturaleza, de la tranquilidad, conocer el medio rural y su cultura a un precio atractivo es algo deseado por un amplio mercado y al que pueden tener acceso un amplio colectivo (turismo de negocios, parejas, familias, tercera edad, niños, etc.).

En lo que respecta a su vertiente económica, además de la cifra de negocios correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restauración, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- La rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural
- La reactivación de la economía local
- Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos
- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad
- Intercambio cultural-urbano
- Trasmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad.

La acogida en el agroturismo, en un edificio confortable, integrado en una explotación agraria o cercano a la granja, acerca un nuevo e insospechado mundo al viajero: el día a día de la vida en el campo, con todas sus actividades agrarias y ganaderas, con sus peculiares platos típicos, con sus productos caseros o biológicos, y con las múltiples artesanías que de tales actividades se desprenden.

Y en un marco privilegiado donde todos los recursos naturales son objeto de un cuidado y protección especial. Para vivir en plena naturaleza, dentro de ella, junto con quienes armonizan con ella el correr de las horas y de los días, y de ella viven y se procuran el sustento; para compartir con agricultores y ganaderos sus experiencias al calor del fuego o en la intimidad de un corredor con su hamaca.

Agroturismo podría entenderse también como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra.

Consiste en preparar un sector agrícola o ganadero, para ofrecer tours a los turistas. El tour incluye, además de las explicaciones sobre el proceso de producción y comercialización una degustación al final del mismo, lo mismo que la venta de productos. También puede ofertar una gran diversidad de servicios dentro de sus instalaciones y otro tipo de servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente.

#### **2.1.4. ASPECTOS CULTURALES.**

Existe un problema cultural de base que se manifiesta cada vez que se proponen proyectos de desarrollo que involucran cambios como los que aquí se mencionan. Esto se origina, en gran medida, en las percepciones contradictorias que tienen las personas en relación con conceptos de cultura local asimilada a tradición y modernización, a los que se otorga un sentido

antagónico, no conciliable en la práctica. Lo anterior lleva a que, con frecuencia, se reste valor a elementos culturales tradicionales propios, en beneficio de otros, ajenos, que están llamados a reemplazar total, o al menos parcialmente formas anteriormente validadas y consolidadas por grupos locales.

El concepto de **cultura local** involucra elementos propios del grupo que los sustenta, por lo que otorga representabilidad a quienes viven de acuerdo con ellos ya que, al hacerlos suyos, los mantienen y sostienen en el tiempo mediante usos, prácticas y costumbres, muchas de las cuales llegan a constituir tradición. Así, la **tradición** se entiende formando parte de la cultura local, pero es sólo un aspecto, aquel que dice tener relación con la continuidad en el tiempo de formas establecidas de sentir, pensar y hacer.

De otro lado, entre los componentes culturales se tienen elementos que contribuyen a los procesos de dinámica cultural que favorecen los cambios. Entre estos procesos está el de **modernización**, que es un fenómeno de la sociedad, cuya característica es la adopción, por parte de las personas, de usos y prácticas culturales distintos a los utilizados en el quehacer cotidiano, los que en su mayoría resultan ajenos a la realidad local. Estos elementos culturales, al entrar en interacción con otros del sistema, lo dinamizan, con resultad el grupo al cual se transfieren, son positivos y contribuyen al desarrollo; en otras oportunidades, los elementos modernos no se ajustan con la cultura y aún, en situaciones extremas, la destruyen.

Para el análisis que sigue resulta útil el manejo de un tercer concepto, el de **modernidad**, que corresponde a una característica propia ya no de la sociedad, sino de cada persona en particular, en la que se manifiesta en grados variables. La modernidad puede definirse como un estado mental en que la persona tiende a disminuir sus prejuicios; es una especie de apertura permanente al conocimiento y de receptividad para probar situaciones distintas a las acostumbradas.

Considerando lo anterior y volviendo al tema que se examina, se piensa que la planificación de acciones de desarrollo de agroturismo debería plantearse con absoluto respeto por expresiones de cultura local y formas asociativas resultantes de las relaciones funcionales entre hombre y medio, considerando que la permanencia de la cultura en el 5 tiempo está en relación directa con la preservación de estas formas de sentir, pensar y hacer de los grupos, como una respuesta acorde con sus valores más preciados, con sus proyectos de vida y fines últimos.

En relación con esta situación se plantean algunos focos de análisis considerados de mayor interés dentro del sistema, los que idealmente deberían ser conocidos por planificadores del agroturismo, interpretados en su justa dimensión, relacionados en todos sus aspectos, potenciados al máximo y organizados en forma oportuna y adecuada. Estos son: grupos beneficiarios, instituciones participantes, segmentos de turistas y localidades con potencial turístico.

### **1. Grupo humano beneficiario.**

Corresponde a los sujetos de desarrollo, recurso humano que deberá ser esencialmente activo, dentro de sus posibilidades, en la concepción y puesta en marcha de proyectos específicos en cada localidad.

Con la finalidad de ofrecer programas de educación y capacitación a estos segmentos que resulten apropiados a su realidad, interesa conocer sus niveles de escolaridad, edad, sexo, aptitudes, destrezas y su propio interés en áreas específicas de actividad.

### **2. Instituciones participantes en la orientación de la gestión.**

Son las que proponen programas y proyectos específicos a realizar en cada localidad o región. Las instituciones tienen objetivos claramente establecidos, los que idealmente deberían coincidir, en sus aspectos principales, con los de la propia comunidad beneficiaria. Las instituciones actúan a través de sus profesionales y técnicos de terreno quienes orientan la acción en distintas áreas y materias de interés. En este aspecto se estima de gran valor el aporte en estudios y programas de desarrollo que pudieran realizar universidades comprometidas con el medio.

### **3. Turistas.**

Corresponden a los usuarios del sistema agroturismo, a los distintos segmentos de público consumidor de los servicios ofrecidos. Los segmentos de turistas deberían identificarse y diferenciarse, antes de la puesta en

marcha de cualquier proyecto en el área turística, mediante estudios de mercado que permitan una racionalización de bienes y servicios ofertados.

#### **4. Localidad con potencial turístico.**

Es el lugar físico, el contexto de interacción en el que se relacionan grupos locales beneficiarios de los proyectos, agentes de desarrollo representantes de las instituciones involucradas y segmentos de mercado consumidor de bienes y servicios de turismo.

El conocimiento de las características del medio, de los recursos en existencia y de las potencialidades locales, permitirá una adecuada planificación de acciones y una mejor distribución de servicios considerando posibilidades reales en el corto, mediano y largo plazo.

#### **2.1.5. EL AGROTURISMO ES LA SOLUCIÓN A LA CRISIS DE LA AGRICULTURA**

El Agroturismo se presenta bajo un contexto nacional e internacional para la búsqueda de nuevas alternativas que permitan generar ingresos complementarios a la actividad agrícola de un determinado sector. En ninguna forma el agroturismo será la solución, pero entregará opciones para desarrollar nuevas estrategias para reactivar la actividad en el campo.

En este sentido, el Ministerio de Agricultura y Ganadería en coordinación con CORSATUR y otras instituciones gubernamentales, está desarrollando un Plan Estratégico que permita una apropiación de la renta. En primer lugar porque está analizando la incorporación de pequeños productores a la actividad. En segundo término porque ocurre con excesiva frecuencia que la mayor parte de los recursos económicos que genera el turismo no quedan en la región que aporta los recursos físicos, sino por el contrario, en los centros emisores de turistas.

Es por eso que se propone desarrollar un Plan Estratégico vinculado a una distribución más equitativa de la renta mediante el diseño de una estrategia comercial conjunta. La misma permitirá maximizar la porción de los ingresos que quedan en manos de los productores y habitantes de la zona rural.

#### **2.1.6. LAS COMUNIDADES Y EL TURISMO**

El turismo es la industria más grande del mundo; representa más del 10% de todo el empleo y el 11 % del Producto Interno Bruto mundial, y se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentará a 1.600 millones de dólares en 2020. El turismo tiene, en tal virtud, un gran y creciente impacto tanto en los pueblos como en la naturaleza. El turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y la operación inapropiados del turismo pueden degradar el hábitat y los paisajes, agotar los recursos naturales y generar desperdicios y contaminación. En contraste, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre –y apoyo para- la

conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades económicas a los países y las comunidades.

### **2.1.7. LA AGROECOLOGIA**

La **agro ecología** se lo de fine como “un enfoque a la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente, centrada no solo en la producción sino también en la sostenibilidad del sistema productivo”

### **2.1.8. BASES DE CREACION**

El enfoque de la agricultura convencional siempre ha buscado incrementar la producción de cosechas agrícolas sin considerar las consecuencias posteriores sobre el ambiente en el que se practica. Así ocurre, por ejemplo, con la labranza intensiva del suelo, práctica de monocultivo, uso indiscriminado de fertilizantes sintéticos, el control químico de plagas y arvenses, uso intensivo de agua de pozos profundos para la agricultura y la manipulación genética, entre otras prácticas de la agricultura moderna.

Estas son prácticas promovidas y aplicadas bajo el enfoque de la agricultura denominada convencional. No se debe descuidar y negar que la aplicación de las prácticas e innovaciones tecnológicas convencionales incrementa la producción agrícola, pero tampoco se puede negar que su

práctica en actividades agrícolas deteriora los recursos naturales en forma considerable y ocasionalmente irreversible.

El deterioro de la cubierta vegetal, la erosión del suelo (eólica, hídrica, de fertilidad), el incremento de la salinidad de los suelos, disminución considerable de los mantos freáticos, la pérdida de diversidad agrícola biológica y genética, la resistencia constante de plagas y enfermedades agrícolas, el azolve de presas, las inundaciones naturales, la eutrofización de lagos y la contaminación del aire, son algunas de las múltiples consecuencias de la agricultura basada en agroquímicos y en el uso de grandes cantidades de energía.

#### **2.1.9. FUNDAMENTOS DE LA APLICACION**

Ante los múltiples factores negativos de la agricultura convencional, emerge la concepción de la agricultura ecológica que promueve la producción agrícola en donde se apoya en la conservación de los recursos naturales elementales de la producción de alimentos tales como el suelo agua y biodiversidad. Estas acciones se basan en el respeto a las comunidades rurales (quienes aportan el material genético de menor contaminación, casi puro genéticamente) y a los principios éticos y humanos en la realización de estas actividades.

Esta agricultura ecológica promete ser altamente productiva y a su vez sostenible en producción y conservación a largo plazo con la finalidad de

poder solventar el abastecimiento de alimentos a una creciente población humana. Para atender este reto, actualmente se desarrolla la ciencia de la agroecológica la cual se define como la aplicación de conceptos y principios ecológicos al diseño y manejo de agro ecosistemas sostenibles e implica la realización de prácticas agrícolas sustentadas en el conocimiento técnico y científico de los procesos ecológicos, agronómicos, y sociales que ocurren para su producción. En esta perspectiva, el diseño y manejo de agro ecosistemas sostenibles no puede ni debe abandonar las prácticas convencionales sino que debe considerar las prácticas tradicionales para justificar su sostenimiento. Se trata de diseñar científicamente nuevas concepciones y tecnologías agrícolas, sobre la base de los métodos y conocimientos ecológicos actuales y los principios tradicionales de conservación de los recursos naturales que muchas comunidades rurales tienen y en las que cubren sus necesidades alimentarias sin requerir grandes insumos externos en su ciclo productivo.

Los países europeos, seguidos por otros altamente industrializados tales como EEUU y Australia, son vanguardia en implementación de principios agroecológicos en sus políticas de desarrollo agrícola. Sin embargo, varios países de Latinoamérica, Asia y África están poniendo en marcha proyectos nacionales agrícolas que consideran la protección del ambiente. Resalta el caso de Venezuela, donde la nueva constitución nacional incluiría en su artículo número 305 el siguiente texto: "El Estado promoverá y desarrollará la agroecológica como base estratégica del desarrollo rural integral, a fin de garantizar la seguridad y la soberanía alimentarias de la población, entendidas como la disponibilidad suficiente y

estable de alimentos en el ámbito nacional y el acceso oportuno y permanente a éstos por parte del público consumidor.

#### **2.1.10. CARACTERIZACION DE UNA FINCA**

La finca tradicional se caracteriza por presentar diversidad de áreas en el plano horizontal; la vegetación en algunas áreas presenta varios estratos verticales (de dos a cuatro) donde se integran especies forestales, frutales, cultivos agrícolas transitorios, plantas medicinales, especies reguladoras de agua y para construcción; estas especies se encuentran mezcladas en el espacio y son simultáneas en el tiempo, en arreglos que tienen como finalidad obtener mayor rendimiento por unidad de área en forma sostenible.

#### **2.1.11. DEFINICION DE FINCA AGROECOLOGICA**

Son fincas destinadas a las actividades del cultivo y la cría de animales. Para los cultivos no se usan abonos, insecticidas ni hormonas. Aquí solamente crían tantos animales cuántos es capaz de cebar de sus propios recursos. Los animales tienen libres corraladas para pastar, están prohibidas las crías masivas. Su Objetivo es educar ambientalmente a la comunidad y a los visitantes, y la búsqueda e implementación de un Sistema de Producción Sostenible que permita generar ingresos que proporcionen una rentabilidad competitiva y, simultáneamente, proteger los recursos naturales de la zona y posteriormente, del país.

### **2.1.12. DEFINICION DE ECOAGROTURISMO**

Ofrecen al viajero todos los incentivos del agroturismo, dependiendo de los establecimientos añaden criterios de sostenibilidad como: bioconstrucción, bioclimática, reciclaje de residuos, utilización de productos biodegradables etc. Algunos establecimientos ofrecen actividades complementarias como cursos de agricultura y ganadería ecológica, salud natural, desarrollo personal...

### **2.2.1. EL SERVICIO**

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del *producto o servicio básico*.

El comprador de una computadora espera cierto número de prestaciones, antes durante y después de la compra propiamente dicha: demostraciones, prueba de la máquina con sus componentes, soluciones financieras, reparaciones rápidas, garantía post-venta, etc.

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

En la percepción de la calidad del servicio influyen también los símbolos que rodean al producto:

1. El pescado parece más fresco cuando se lo presenta sobre una cama de hielo.
2. Se suele juzgar la competencia de un médico por su sala de espera.
3. El precio. La exigencia de calidad aumenta en relación directa con el precio.
4. Cuando el cliente recibe poca información sobre lo que va a comprar, percibe que el producto o servicio es de menor calidad.

Por lo general las pequeñas empresas no están en condiciones de ganar una batalla competitiva basada en los precios. En este juego siempre hay un competidor más poderoso que puede hacerlo mejor.

El precio pocas veces constituye una ventaja competitiva. Incluso desde la perspectiva del desarrollo tecnológico, cuando alguien logra algo novedoso, al poco tiempo lo alcanzan los demás.

En las posibilidades de diferenciación, la orientación al servicio, es decir el "saber hacer" es la que se lleva la "parte del león".

Algunos ejemplo:

- a. Ofrecer una habitación en un hotel no consiste en disponer de una cama y un baño. Incluye también el servicio de restaurante, bar, personal de recepción, servicios de reservas para distintas atracciones, cambios de moneda, etc.
- b. El corte de pelo a un cliente debe estar adaptado al tipo de persona, que en algunos casos prefiere una atención rápida y no les gusta esperar, otros quieren estar a la moda y buscan además placer y descanso donde el servicio, por ejemplo, se acompaña con una taza de café.
- c. Quién acude a un banco en busca de un crédito, espera una buena atención confidencial, información instantánea y completa sobre la operación a realizar, previsión de cambios y obligaciones a satisfacer para que luego no existan "sorpresas desagradables".

La comunicación desempeña un papel importantísimo en el éxito de una estrategia de servicio. Es el vehículo indispensable para ampliar la clientela, conseguir lealtad, motivar a los empleados y darles a conocer las normas de calidad que deben poner en práctica.

La comunicación es la única forma de hacer conocer la ventaja de la empresa en relación a sus competidores. Es la que permite ocupar un lugar en la mente de los consumidores (posicionamiento).

La compañía de aviación alemana Lufthansa para afirmar su "saber hacer" en cuanto a organización, puntualidad y eficacia; mediante la publicidad muestra a dos técnicos delante de un avión con el texto "En Lufthansa el servicio comienza mucho antes de su primer cóctel".

La comunicación debe ajustarse a la magnitud del servicio que se brinda. Una promesa que aumente desmesuradamente las expectativas del cliente, provoca decepción y con frecuencia la pérdida del mismo cuando no se cumple acabadamente.

### **2.2.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

**Intangible:** no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.

**Inseparable:** se fabrica y se consume al mismo tiempo.

**Variable:** depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.

**Perecedero:** No se puede almacenar.

### **2.2.3. ATENCION AL PÚBLICO**

Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con el cliente, la misma aparece identificada como si fuera la organización misma.

Estadísticamente está comprobado que los clientes compran buen servicio y buena atención por sobre calidad y precio.

Brindar un buen servicio no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos que hacen a la atención al público.

- **Cortesía:** Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. El cliente desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.
- **Atención rápida:** A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle: "Estaré con usted en un momento".
- **Confiabilidad:** Los cliente quieren que su experiencia de compra sea lo menos riesgosa posible. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que si se les ha prometido algo, esto se cumpla.
- **Atención personal:** Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.
- **Personal bien informado:** El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura respecto de los productos que venden.
- **Simpatía:** El trato comercial con el cliente no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.

#### 2.2.4. LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

Cuando nos **comunicamos** con alguien no solamente emitimos un mensaje, también **recibimos** una respuesta y nuevamente **comunicamos** ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

Las comunicaciones comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa.

En términos generales podemos agrupar dos tipos de comunicación:

##### a. **Comunicación verbal**

Es la que expresamos mediante el uso de la voz:

**Saludar al cliente con calidez.** Esto hará que el cliente se sienta bienvenido.

**Ser precisos.** No se deben utilizar frases como "Haré lo que más pueda". El cliente no entiende que es "lo que más podemos".

**No omitir ningún detalle.** Cuando le diga a un cliente que el producto

cuesta \$ 40,00; eso es lo que él espera que le cobren. Si existen cargos adicionales hay que decírselo por anticipado.

**Pensar antes de hablar.** Cuanto más sepamos acerca del cliente, mejor lo vamos a atender. Pensar en lo que se va a decir antes de comenzar a hablar nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje.

- b. **Comunicación no verbal** La comunicación es mucho más que las palabras que utilizamos; éstas, en realidad, constituyen un canal relativamente débil o menos impactante para dar y recibir mensajes.

Investigaciones recientes demuestran que en una disertación, una comunicación personal ante un grupo de individuos, el 55 % del impacto de transmisión se concreta a través del lenguaje corporal y los gestos, el 38 % llega mediante el tono de voz, cadencia, etc. y sólo el 7 %, a través del contenido y el significado de las palabras.

Utilicemos la sonrisa, postura, vestimenta, gestos, que son ejemplos de la comunicación no verbal, para capitalizar la satisfacción del cliente.

### **2.2.5. EL TRATO CON EL CLIENTE**

**El cliente discutidor:** Son agresivos por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo o discutan cada cosa que digamos. No hay que caer en

la trampa. Algunos consejos que sirven de ayuda para tratar este tipo de clientes:

- Solicitarle su opinión.
- Hablar suavemente pero firme.
- Concentrar la conversación en los puntos en que se está de acuerdo.
- Contar hasta diez o más.

**El cliente enojado:** Cuando se trata este tipo de clientes no hay que negar su enojo y decirle, "No hay motivo para enojarse". Esto lo enojará más. Algunas formas de manejar la situación son:

- Ver más allá del enojo
- No ponerse a la defensiva
- No involucrarse en las emociones
- No provocar situaciones más irritantes
- Calmar el enojo
- No hay que prometer lo que no se puede cumplir
- Analizar a fondo el problema
- Hay que ser solidario
- Negociar una solución

**El cliente conversador:** Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo. Además de entrar a comprar algo, nos cuentan la historia de su vida.

No hay que tratar de sacárselo de encima de un plumazo, se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia, ya que el motivo real de su comportamiento es que se encuentran solas.

**El cliente ofensivo:** El primer pensamiento que se nos cruza al tratar con individuos ofensivos es volverse "irónico" o "ponerlos en vereda". ¡NO LO HAGA!. Lo mejor es ser amables, excepcionalmente amables. Esto los descoloca y hacer bajar el nivel de confrontación.

**El cliente infeliz:** Entran en un negocio y hacen esta afirmación: "Estoy seguro que no tienen lo que busco". Estas personas no necesariamente tienen un problema con nosotros o con la empresa, su conflicto es con la vida en general. No hay que intentar cambiarlos, se debe procurar de mejorar la situación, mostrarse amable y comprensivo, tratando de colaborar y satisfacer lo que están buscando.

**El que siempre se queja:** No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc. etc. Hay que asumir que es parte de su personalidad. Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas. Dejarlo hablar y una vez que se desahogue encarrilar la solución teniendo en cuenta el tema principal.

**El cliente exigente:** Es el que interrumpe y pide atención inmediata. Esta reacción nace de individuos que se sienten inseguros y de esta forma creen tener más control. Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.

**El cliente coqueteador:** Las insinuaciones, comentarios en doble sentido con implicancias sexuales, pueden provenir tanto de hombres como de mujeres. Se debe mantener una actitud calma, ubicada y de tipo profesional en todo momento. Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.

**El que no habla y el indeciso:** Hay que tener paciencia, ayudarlos, no hacerles preguntas donde su respuesta tiene que ser muy elaborada. Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión.

### **2.3. POSICIONAMIENTO TEORICO PERSONAL.**

Tabulada y analizadas las variables motivos de esta investigación diagnóstica se puede concluir que uno de los principales problemas que actualmente está aquejando a la Parroquia de Ambuqui es el desconocimiento de la importancia que poseen las fincas agroecológicas como producto turístico en la provincia de Imbabura.

Producto básicamente de la limitada promoción turística de los atractivos turísticos en relación con el gran potencial ecológico y agrícola que se lo puede aprovechar por medio de las fincas agroecológicas convirtiendo a la parroquia de Ambuqui en una verdadera alternativa de desarrollo del turismo sostenible y sustentable no solo para el cantón sino para todo el país.

Como consecuencias directas de dicho problema son entre otras: el no aprovechamiento total de las potencialidades que posee la parroquia de Ambuqui por el bajo porcentaje de turistas que llegan a este lugar, la poca información que se brinda a los turistas nacionales como a los visitantes que se presentan al cantón, los limitados conocimientos técnicos respecto al tema turístico, ecoturístico y ecológico para ejecutar un proyecto de este nivel de una forma adecuada, el deterioro de los lugares naturales por causas de prácticas turísticas inadecuadas, afectando el ambiente visitado generando impactos negativos en la naturaleza y entre otros aspectos la búsqueda errónea del mal llamado desarrollo económico basado en malas prácticas ambientales que destruye los recursos renovables y no renovables, dejando como última opción al turismo sustentable representado en el ecoturismo y la agroecología.

Por todo lo expuesto y como resultado de las encuestas y análisis realizados, se vuelve una prioridad solucionar la problemática a través de la valoración de la importancia de las fincas agroecológicas como un producto turístico en la parroquia de Ambuquí.

## 2.4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Aculturación.**- recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro.

**Afluencia.**- concurrencia en abundancia en gran número a un lugar o sitio.

**Agotar.**- gastar del todo, consumir.

**Ambiente.**- condiciones o circunstancias físicas, humanas, sociales, culturales, etc., que rodean a las personas, animales o cosas: deterioro m. degeneración, empeoramiento gradual de algo.

**Armonía.**- unión y combinación de varios elementos que conllevan la correspondencia de unas cosas con otras como es la amistad entre ser humano y así alcanza un mundo con equilibrio y el ánimo.

**Biodiversidad.**- variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.

**Conservación.-** mantenimiento o cuidado de una cosa. Mantener vivo y sin daño a alguien por ejemplo continuar la práctica de costumbres, virtudes y cosas semejantes.

**Costumbres.-** hábito adquirido conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una o una persona.

**Cosmovisión.-** manera de ver e interpretar el mundo.

**Cultura.-** conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

**Difundir.-** extender, espaciar, propagar físicamente. Introducir en un cuerpo corpúsculo extraños con tendencia a formar una mezcla homogénea. Propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, ect.

**Degradar.-** reducir o desgastar las cualidades inherentes a alguien o algo.

**Ecoturismo.-** turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.

**Empírico.**- perteneciente o relativa a la experiencia, todo lo que se realiza es fundado en ella.

**Fauna.**- conjunto de especies animales que habitan en una región geográfico y que se pueden encontrar en un ecosistema determinado.

**Folklore.**- conjunto de creencias, costumbres, etc., tradicionales de un pueblo.

**Flora.**- conjunto de vegetales vivos adaptados a un medio determinado.

**Generaciones.**- desenvolverse con habilidad en los asuntos diarios.

**Identidad.**- conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta las demás.

**Infraestructura.**- parte de una construcción que está bajo l nivel del suelo. Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para creación y funcionamiento de una organización cualquiera. Infraestructura aérea, social, económica.

**Mística.**- parte de la teología que trata de la vida espiritual y contemplativa y del conocimiento y dirección de los espíritus.

**Paisajísticos.**- perteneciente o relativo al paisaje, en su aspecto artístico.

**Potencial.**- dicho de una cosa: que tiene la virtud o eficacia de otras y equivalente a ellas o superiores que guarda una inmensa riqueza que debe ser explotada de buena manera.

**Sustentable.**- que se puede sustentar o defender con razones.

**Tradición.**- comunicación de hechos históricos y elementos socioculturales de generación en generación.

**Turismo.**- actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes.

## **2.5. SUBPROBLEMAS INTERROGANTES**

- ¿Cómo diagnosticar la situación real de las fincas que existen en Ambuquí para la operación turística?
- ¿Cómo diseñar un proyecto para la demanda turística de las fincas agroecológicas en la parroquia de Ambuquí?

## 2.6 Matriz Categorial

DEFINICIONES	CATEGORIAS	DIMENCIONES	INDICADORES	INDICES	PREGUNTAS
Servicios agroturisticos con los que cuenta la parroquia	fincas agroecológicas	componentes y características	Cultivos orgánicos	Frutales, hortalizas, leguminosas, tubérculos.	Qué cultivos agroecologicos alternativos se pueden aprovechar?
			Actividades agrícolas	Preparación del suelo, siembra, podas, riego, cosecha	Qué técnicas de cultivo se puede utilizar como estrategia para optimizar los recursos dentro del campo agroturistico
Pontencializacion de recursos agroecologicos y naturales	operación turística	demanda turística	Prácticas ecológicas	Conservación Biodiversidad Interrelación	Participación en procesos... de que manera la población puede insertarse en actividades agroturisticas
Revalorización de prácticas agrícolas ancestrales			Sustentabilidad	Ecológica Social económico Cultural	Reconocer prácticas Sostenibles
			Facilitación turística	Planta Accesibilidad	Qué facilidades... cual es la condición de la infraestructura turística y vial

## CAPITULO III

### 3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Diseño y tipo de investigación

Diseño no experimental

Tipo: Descriptiva-propositiva

#### 3.2. Métodos

Los métodos a utilizar son:

- **Empíricos:** a través de recolección de información.
- **Teóricos:** Inductivo-Deductivo.
- **Matemático:** a través de estadísticas

#### 3.3. Técnicas e instrumentos:

Se utilizarán los siguientes instrumentos:

- **Encuestas**, dirigidas a los agricultores a través de un cuestionario que recoja información de campo para la investigación.
- **Entrevistas**, que les las realizarán a turistas que visitan la zona de influencia.
- **Cuestionarios y Criterios de expertos**, que se contará con la colaboración de técnicos que laboran en la zona y tienen experiencia en

procesos agroecológicos.

### 3.4. Población:

La investigación de nuestro tema lo realizamos con influencia al grupo de agricultores que se encuentran organizados a través de instituciones que trabajaban en la zona

ITEM	COMUNIDAD	ORGANIZACION	NRO DE FAMILIAS QUE INTEGRAN ORGANIZACION		NRO DE FAMILIAS QUE ESTÁN EN PROCESO DE PARTICIPAR EN FINCAS AGROECOLOGICAS	
			HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
1	CHOTA, AMBUQUI, CARPUELA, JUNCAL, SAN CLEMENTE	ECOAMBUQ UI	42	6	5	2
2	AMBUQUI, LA PLAYA	VIDA NUEVA	9	2	1	
3	AMBUQUI	ASOCIACION AMBUKO	1	3	1	
4	AMBUQUI	ASOCIACION MONTUFAR	5	1		
5	SAN CLEMENTE	COOPERATIVA	4	2	2	

		ALBERTO ENRIQUEZ				
6	CHOTA	GRUPO DE HOSPEDERIA COMUNITARIA CHOTA	0	10		
7	CARPUELA	COOPERATIVA AGRICOLA LA ESPERANZA	25	10	2	
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>86</b>	<b>34</b>		
		<b>TOTAL</b>	<b>120</b>		<b>11</b>	<b>2</b>

### 3.5. Muestra:

La investigación que realizaré será a toda la población ,que son 13 familias que se encuentran en un proceso de concientización en tener su finca agro turística y ya cuentan con divesidad para que sean visitadas.

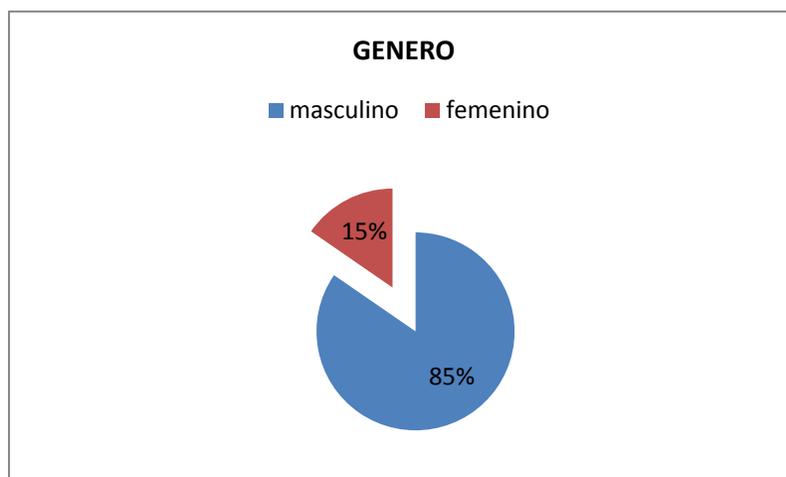
## CAPITULO IV

### 4.1. TABULACION DE ENCUESTAS DIRIGIDAS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA DE AMBUQUI

#### 1.- Datos generales

Género :

DETALLE	CANTIDAD	%
masculino	11	85%
femenino	2	15%
total	13	100%

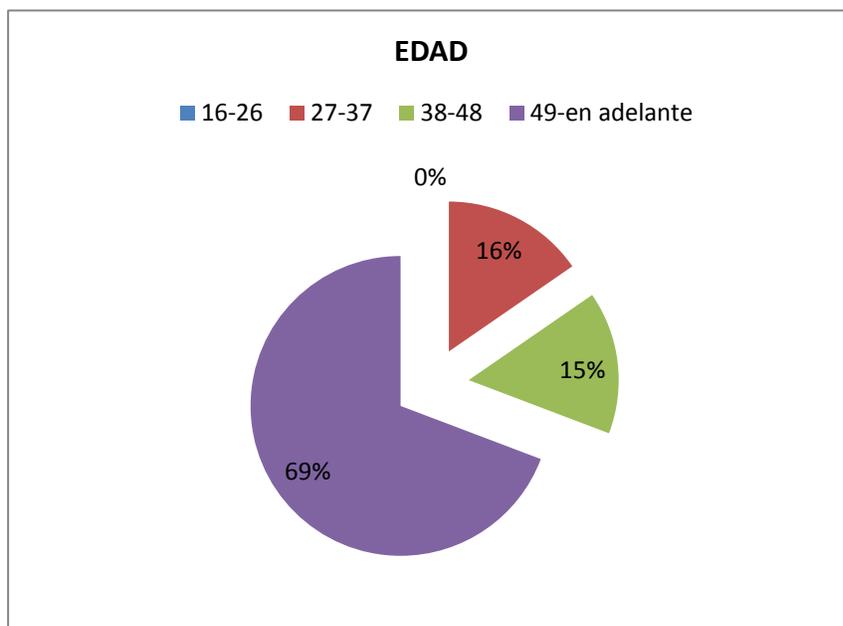


#### ANALISIS

El gráfico demuestra que el 85% de agricultores son de género masculino, demostrando claramente que las actividades de campo aun la desarrollan los hombres. Y apenas un 15% de agricultores de género femenino se dedican a labores agrícolas.

## 2. Cuál es su edad:

DETALLE	CANTIDAD	%
16-26	0	0%
27-37	2	15%
38-48	2	15%
49-en adelante	9	69%
total	13	100%

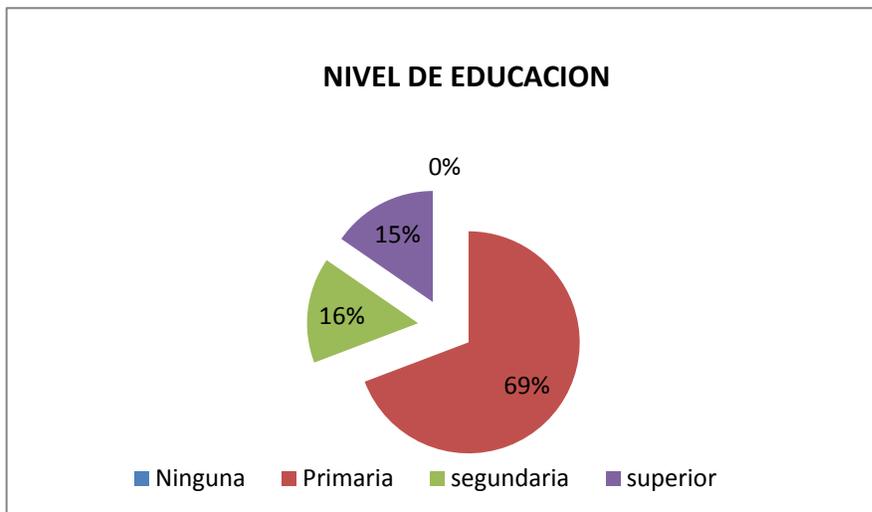


## ANALISIS

De la población encuestada, los propietarios agrícolas de las fincas tienen un promedio de edad con mayor índice de 49 años en adelante con el 69%. Mientras que ningún agricultor existe menor de 26 años con el 0%, que es preocupante esta información

### 3. Cuál es su grado de instrucción:

Ninguna	0
Primaria	9
segundaria	2
superior	2
total	13

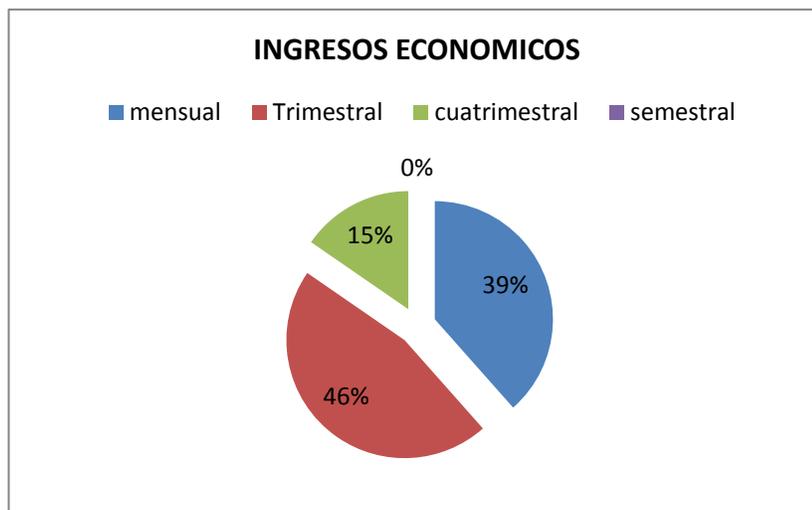


### ANALISIS

Encontramos que los agricultores de esta zona el 69% tienen un grado de educación de primer nivel en su mayoría, existiendo casos que si tiene niveles de educación más altos.

#### 4. Cuál es su ingreso:

DETALLE	CANTIDAD	%
mensual	5	38%
Trimestral	6	46%
cuatrimestral	2	15%
semestral	0	0%
total	13	100%

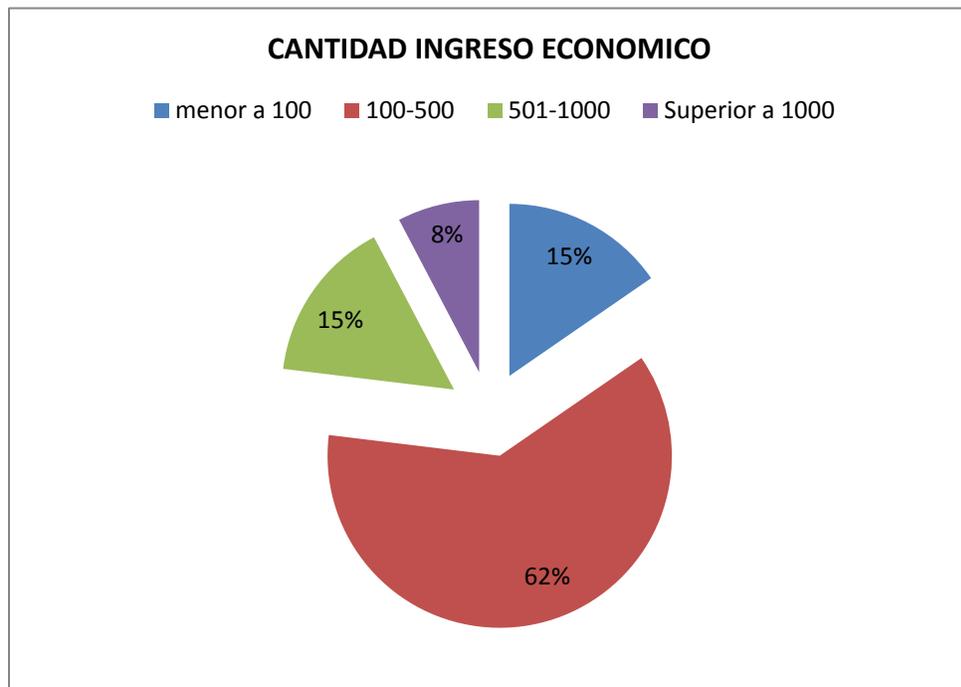


#### ANALISIS

El 46% de agricultores obtienen ingresos económicos, seguido con el 39% que sus ingresos son semestrales, eso ocurre debido al tipo de ciclo de cultivo que tenga.

Cuánto:

DETALLE	CANTIDAD	%
menor a 100	2	15%
100-500	8	62%
501-1000	2	15%
Superior a 1000	1	8%
total	13	100%

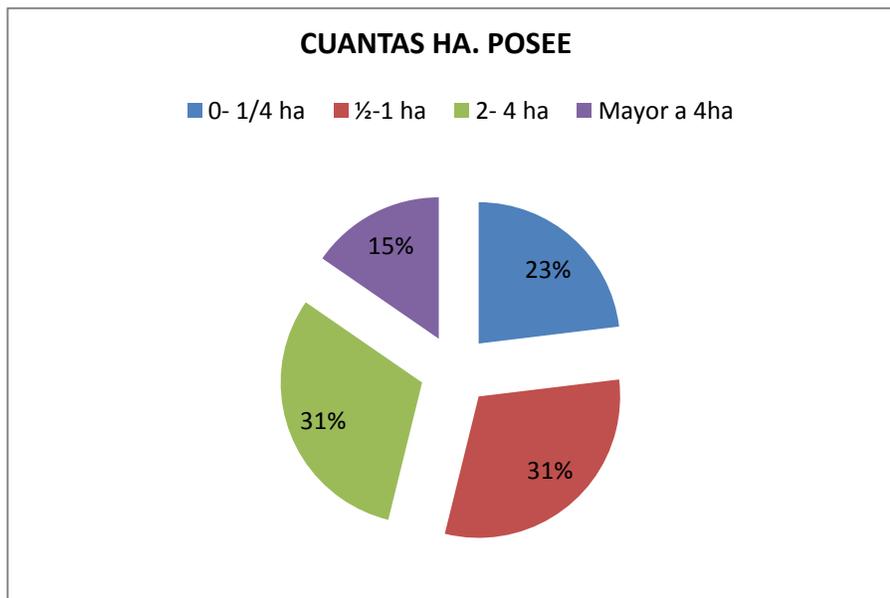


## ANALISIS

De acuerdo al cuadro que tenemos que el 62% se estima que los agricultores en su mayoría tienen ingresos económicos precarios que significa una ganancia menor a USD. 500,00 ,trimestral.

### 5. ¿Cuántas hectáreas posee en su finca:

DETALLE	CANTIDAD	%
0- 1/4 ha	3	23%
½-1 ha	4	31%
2- 4 ha	4	31%
Mayor a 4ha	2	15%
total	13	100%

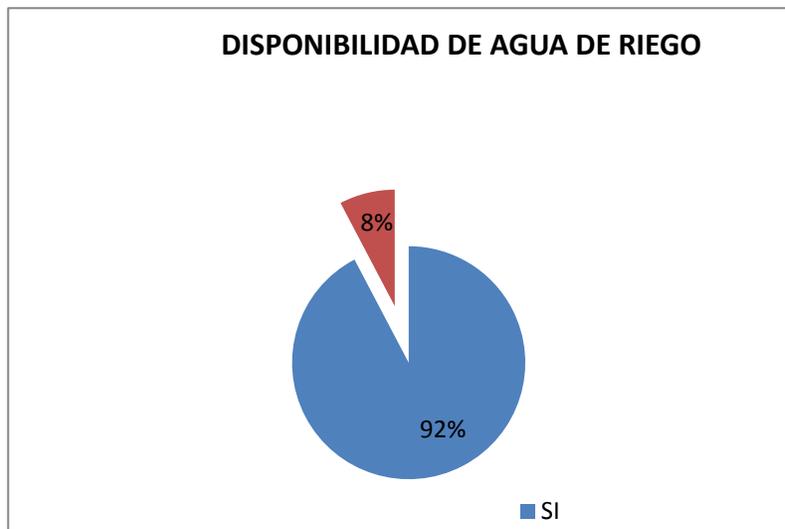


### ANALISIS

La tenencia de tierra de los agricultores encuestados es equitativo con un 31% , un promedio de 1-2ha. en estas fincas.

## 6. Cuenta usted con agua de riego en su finca:

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	12	92%
NO	1	8%
total	13	100%

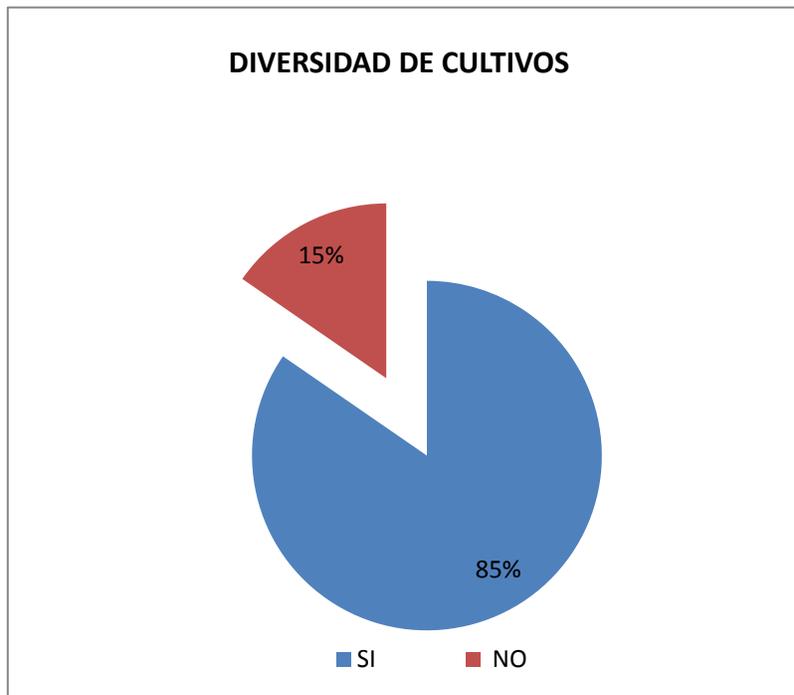


### ANALISIS

La disponibilidad de agua de riego es buena el 92% de los agricultores encuestados tienen agua de riego y muchos de ellos tienen alternativas de sistemas de riego para satisfacer las necesidades de los agricultores.

**7. Considera usted que su finca tiene diversidad de cultivos.**

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	11	85%
NO	2	15%
total	13	100%



**ANALISIS**

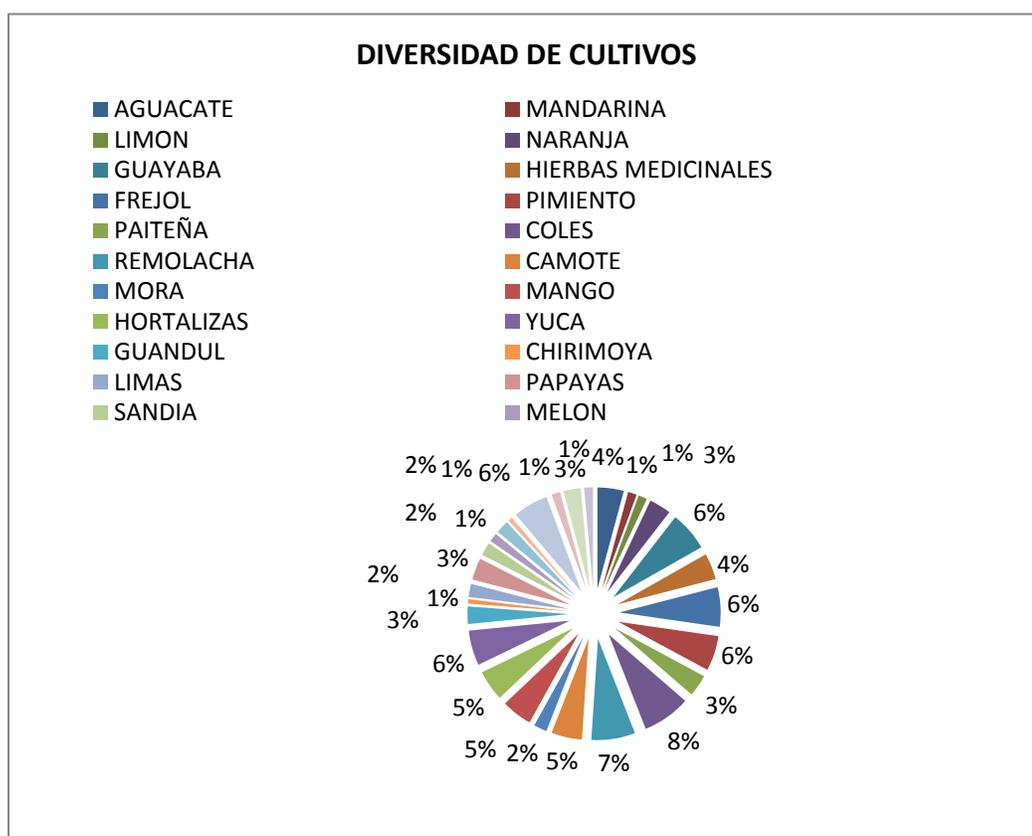
Los agricultores han aprovechado sus experiencias culturales y considera que sus fincas tienen diversidad de cultivos y animales muy propias para elaborar un agroturismo en sus fincas.

## 8. Qué productos cultiva usted.

Numere por favor

<b>DETALLE</b>	<b>CANTI DAD</b>	<b>%</b>
AGUACATE	6	4%
MANDARINA	2	1%
LIMON	2	1%
NARANJA	5	3%
GUAYABA	9	6%
HIERBAS MEDICINALES	6	4%
FREJOL	9	6%
PIMIENTO	8	6%
PAITEÑA	5	3%
COLES	11	8%
REMOLACHA	10	7%
CAMOTE	7	5%
MORA	3	2%
MANGO	7	5%
HORTALIZAS	7	5%
YUCA	8	6%
GUANDUL	4	3%
CHIRIMOYA	1	1%
LIMAS	3	2%
PAPAYAS	5	3%
SANDIA	3	2%
MELON	2	1%

MAIZ	3	2%
CEBADA	1	1%
PLANTANO	8	6%
FRUTILLA	2	1%
TUNAS	4	3%
CAÑA DE AZUCAR	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

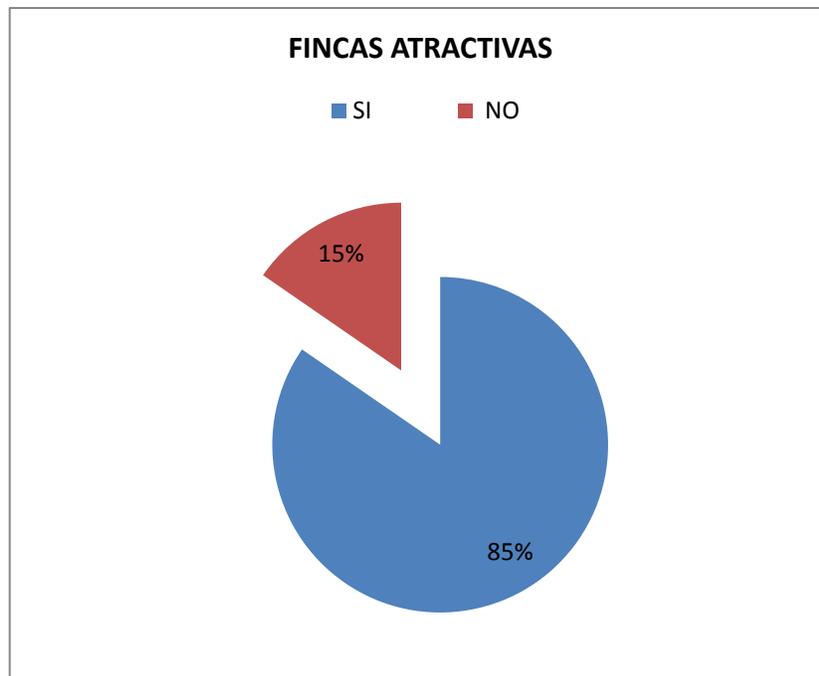


## ANALISIS

El cuadro nos permite identificar que existe una diversidad de productos que se puede encontrar en la zona, lo que permite que estas fincas sean ricas en diversidad y biodiversidad.

**9. Considera usted que su finca es atractiva para los turistas**

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	11	85%
NO	2	15%
total	13	100%

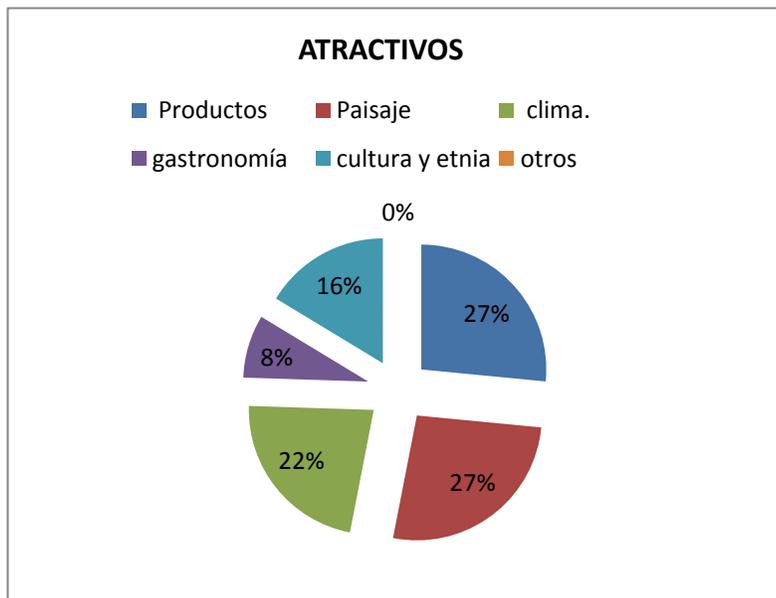


**ANALISIS**

El grafico nos permite apreciar que mayoritariamente los agricultores se esmeran por hacer de sus fincas un oasis de color verde haciendo de sus cultivos un remanso de salud y belleza para quienes lo visiten

## 10. Qué atractivos tiene su finca:

DETALLE	CANTIDAD	%
Productos	13	27%
Paisaje	13	27%
Clima.	11	22%
gastronomía	4	8%
cultura y etnia	8	16%
otros	0	0%
total	49	100%

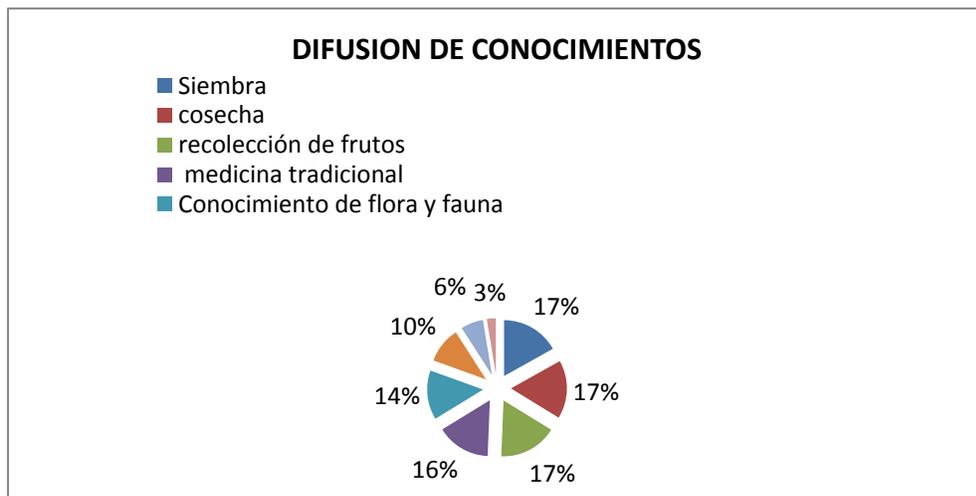


## ANALISIS

En el gráfico apreciamos la diversidad que poseen sus fincas y a ello se suman el agradable clima muy benéfico, seguido por la cultura que ahí se encuentra, demostrando claramente que los recursos presentes son óptimos para las actividades turísticas.

**11. Le gustaría participar con sus conocimientos a los turistas en su finca de**

DETALLE	CANTIDAD	%
Siembra	13	17%
cosecha	13	17%
recolección de frutos	13	17%
medicina tradicional	12	16%
Conocimiento de flora y fauna	11	14%
conocimiento de historias y leyendas	8	10%
Gastronomía típica de la zona	5	6%
Danza y música	2	3%
Total	77	100%

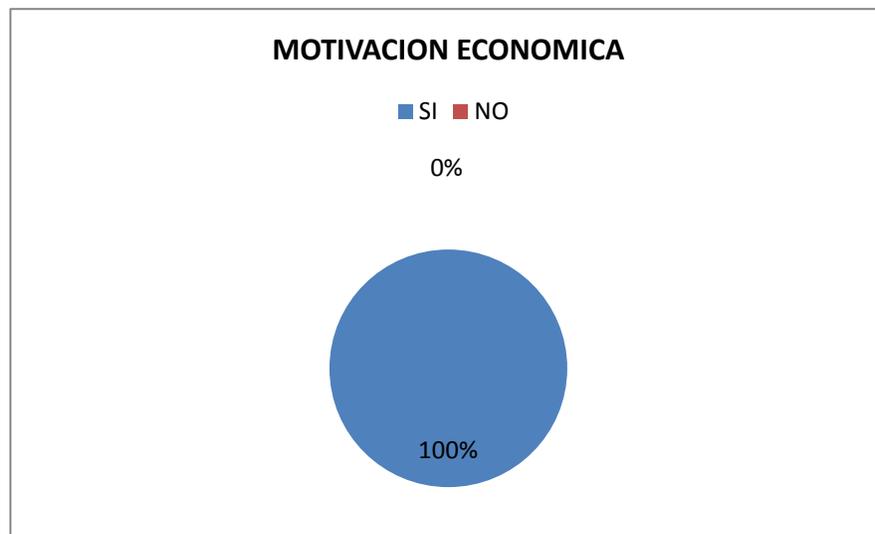


**ANALISIS**

En su mayoría los agricultores están dispuestos a transmitir sus conocimientos agrícolas a quienes se muestren interesados, en este caso los turistas.

**12. Al participar de estos conocimientos se sentiría motivado al recibir una remuneración económica:**

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	13	100%
NO	0	0%
Total	13	100%



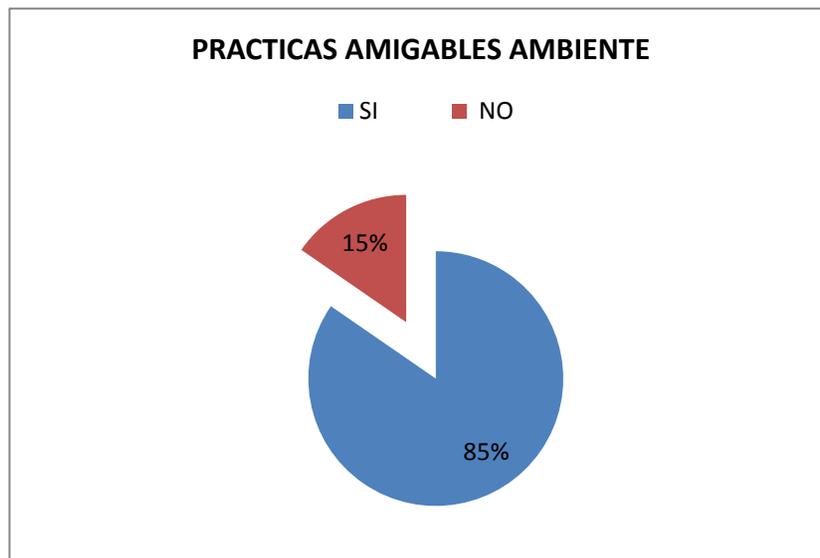
**ANALISIS**

Se considera atractiva las fincas prioritariamente por la diversidad que tienen sus fincas y a ello lo suman el agradable ambiente y su clima muy benéfico, seguido por la cultura que ahí se encuentra.

### 13. Considera usted que realiza prácticas agrícolas amigables con el ambiente

El 100% de los agricultores encuestados se sentirían complacidos al recibir una remuneración económica de los turistas en la visita de sus fincas.

DETALLE	DAD	%
SI	11	85%
NO	2	15%
Total	13	100%

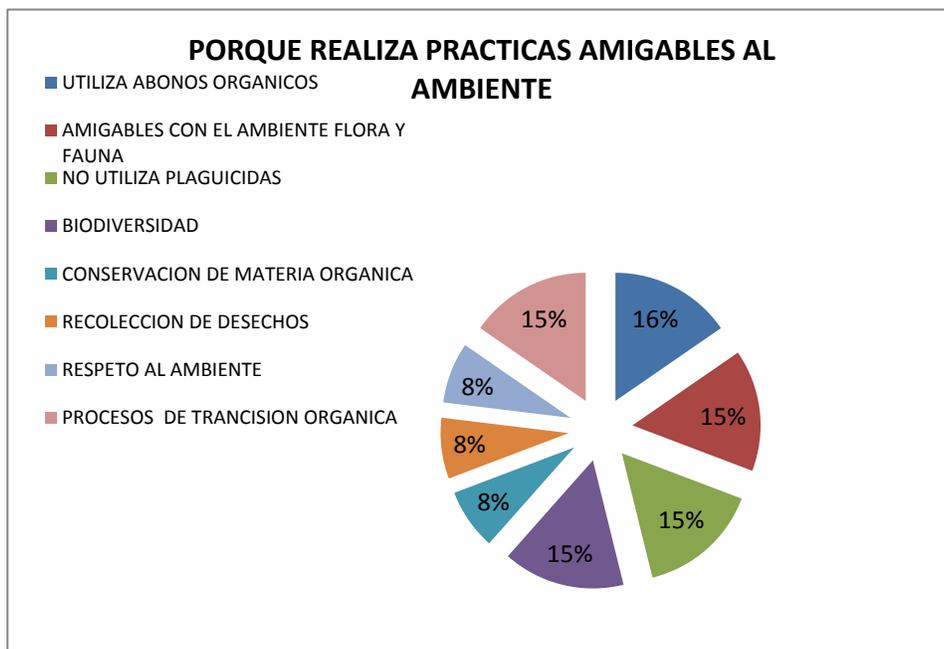


### ANALISIS

En su mayoría los agricultores encuestados están concientizados en realizar prácticas agrícolas amigables con el ambiente. De igual manera los finqueros necesitan más información de cómo conservar el ambiente ya que la mayoría de sus conocimientos son empíricos.

Porque...

DETALLE	CANTIDAD	%
UTILIZA ABONOS ORGANICOS	2	15%
AMIGABLES CON EL AMBIENTE FLORA Y FAUNA	2	15%
NO UTILIZA PLAGUICIDAS	2	15%
BIODIVERSIDAD	2	15%
CONSERVACION DE MATERIA ORGANICA	1	8%
RECOLECCION DE DESECHOS	1	8%
RESPECTO AL AMBIENTE	1	8%
PROCESOS DE TRANCISION ORGANICA	2	15%
TOTAL	13	100%

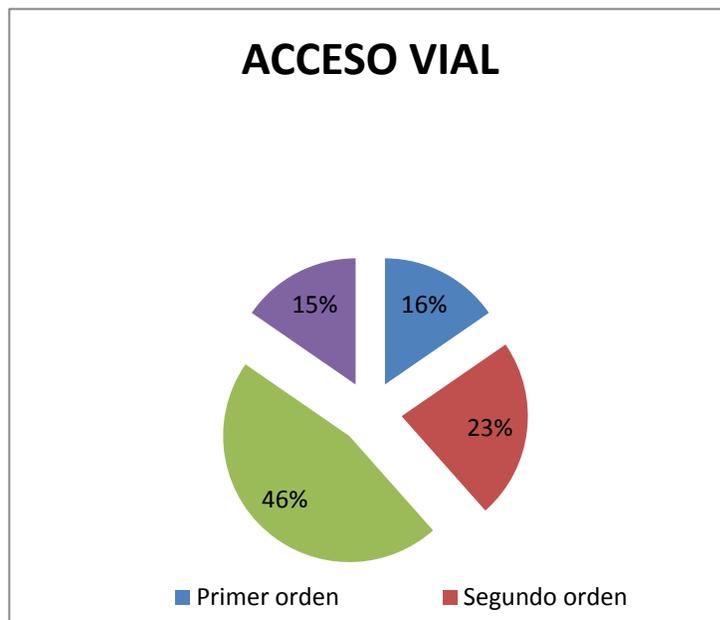


## ANALISIS

Existe algunos motivos suficientes una de ellas la mas considerable es por la biodiversidad de productos que cuentan en sus fincas, seguida esta por la utilización de abonos orgánicos que son amigables con el ambiente.

#### 14. Qué acceso vial tiene para llegar a su finca:

DETALLE	CANTIDAD	%
Primer orden	2	15%
Segundo orden	3	23%
Tercer orden	6	46%
No tiene acceso	2	15%
Total	13	100%

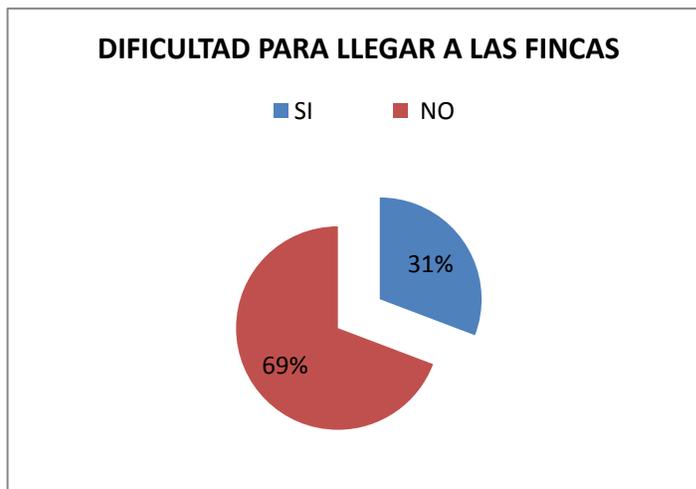


#### ANALISIS

La mayoría de agricultores consideran que sus vías son de tercer orden y por descuido de las autoridades locales en dar mantenimiento no existe un mayor flujo de visitantes.

### 15. Considera difícil llegar a su finca

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	4	31%
NO	9	69%
Total	13	100%



### ANÁLISIS

Los agricultores consideran que no es difícil llegar a sus fincas pero son conscientes que en épocas de lluvia si tienen complicaciones debido al mal estado de las vías.

Se elaboró las encuestas a los turistas que se encontraban en la parroquia de Ambuquí, generalmente en hosterías, parques, y sitios de recreación.

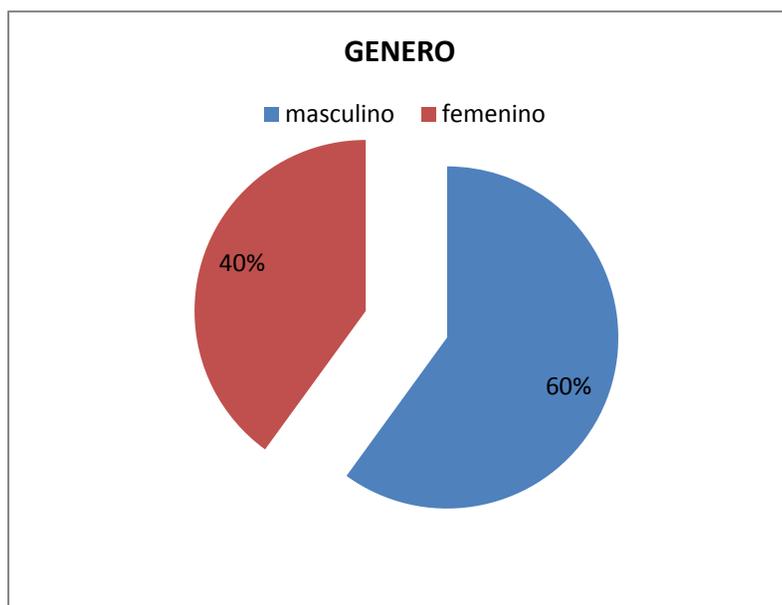
## 4.2. TABULACION DE ENCUESTAS DIRIGIDAS A TURISTAS QUE VISITAN LA PARROQUIA DE AMBUQUI

a.- Datos generales

1.

Género :

DETALLE	CANTIDAD	%
masculino	9	60%
femenino	6	40%
total	15	100%

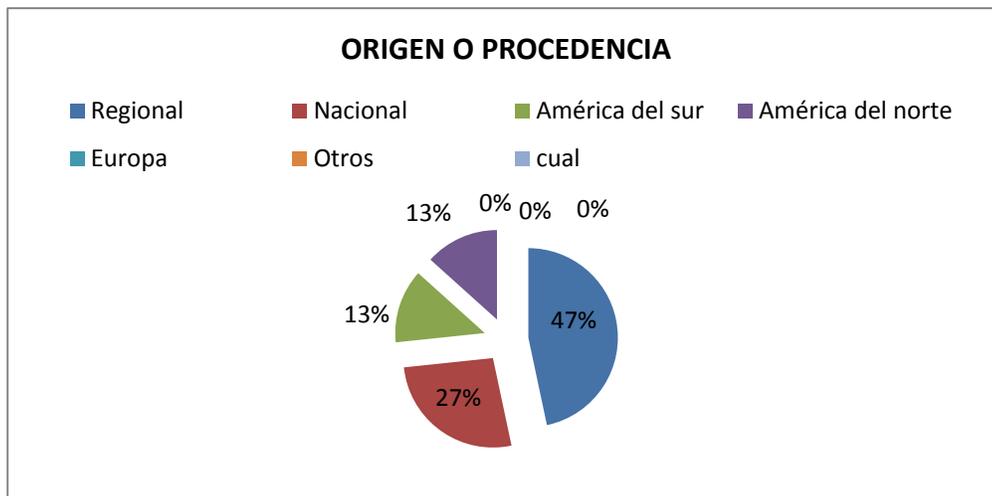


### ANÁLISIS

De los turistas encuestados la mayoría correspondió al género masculino. Demostrando que los hombres se encuentran más interesados por las actividades de turismo rural.

## 2. Origen o procedencia:

DETALLE	CANTIDAD	%
Regional	7	47%
Nacional	4	27%
América del sur	2	13%
América del norte	2	13%
Europa	0	0%
Otros	0	0%
cual	0	0%
total	15	100%

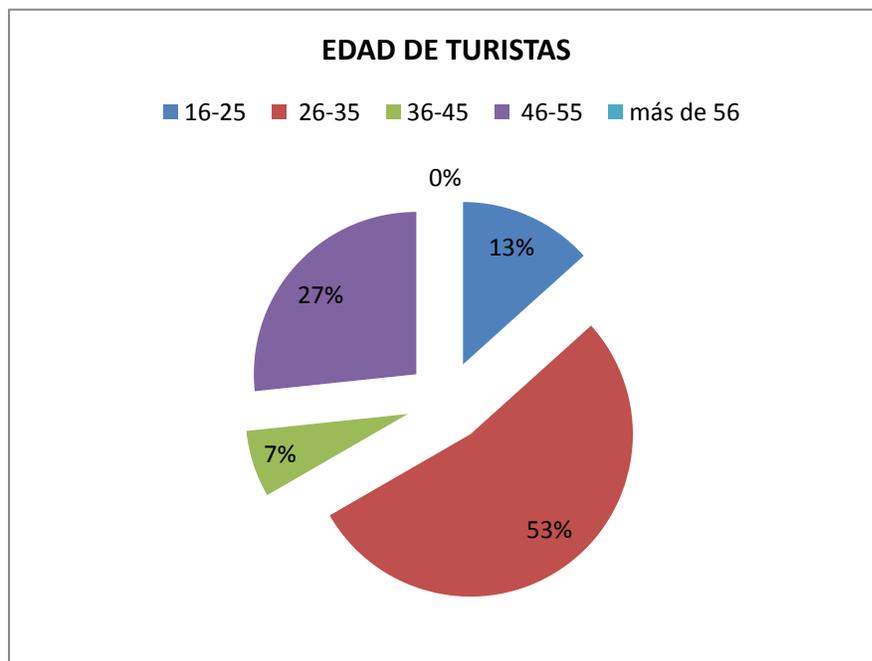


### ANÁLISIS

El origen de los turistas encuestados provienen de lugares y zonas regionales, seguida a estos de lugares nacionales, pero es considerable haber encontrado de otros países, y de ellos se destaca turistas de procedencia colombiana.

### 3.- Su edad:

DETALLE	CANTIDAD	%
16-25	2	13%
26-35	8	53%
36-45	1	7%
46-55	4	27%
más de 56	0	0%
total	15	100%

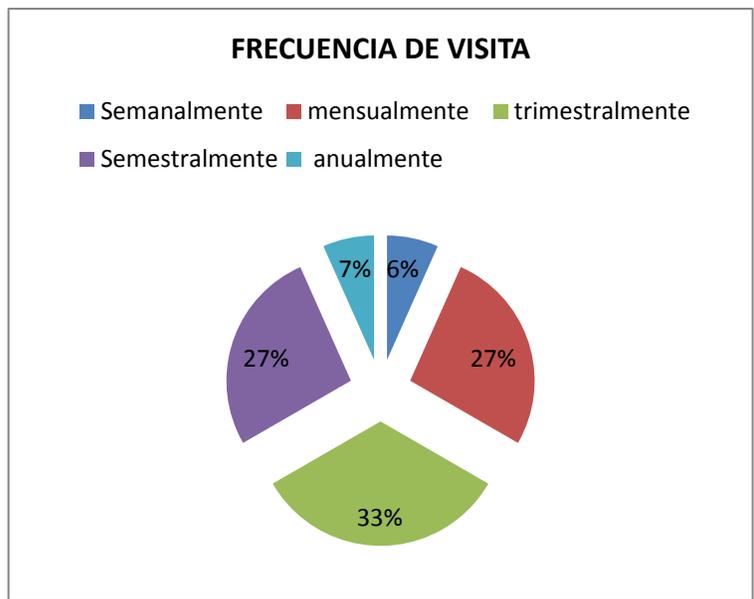


### ANÁLISIS

El promedio de edad de los turistas es con mayor grado joven seguido a ello de 46 a 55 años de edad. Este rango de edad nos demuestra que de mercado tiene una capacidad económica alta.

**4- Con qué frecuencia visita la parroquia de Ambuquí?**

DETALLE	CANTIDAD	%
Semanalmente	1	7%
mensualmente	4	27%
trimestralmente	5	33%
Semestralmente	4	27%
anualmente	1	7%
TOTAL	15	100%

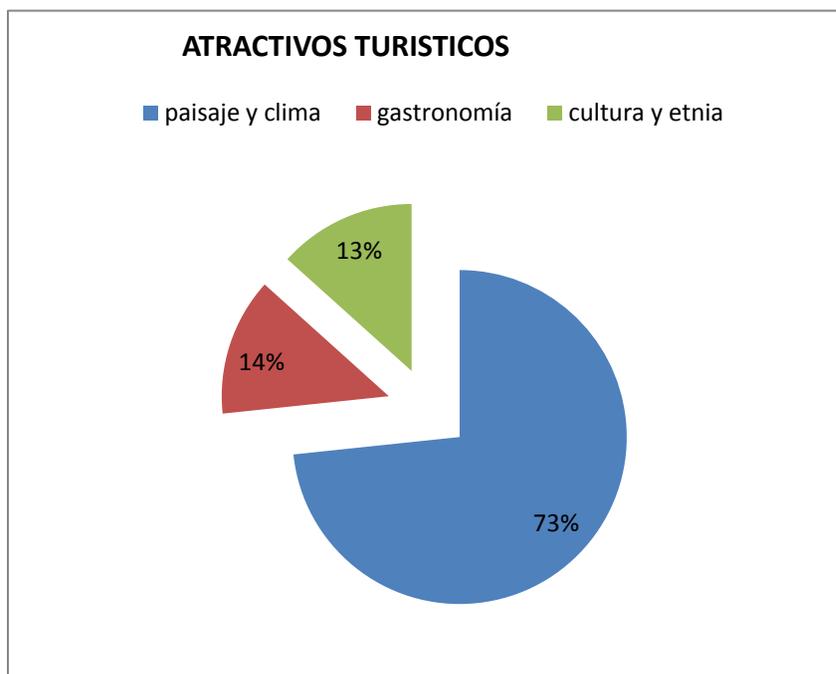


**ANÁLISIS**

La frecuencia de visita de los turistas se estima que es trimestral es su mayoría seguida por la mensual sin olvidar las de temporada carnaval y fin de año. Tomando en cuenta estas esporádicas visitas se debe promover mas las fincas como un producto turístico y atraer turistas en todas las temporadas del año.

### 5. Por qué atractivos turísticos visita la parroquia de Ambuquí:

DETALLE	CANTIDAD	%
paisaje y clima	11	73%
gastronomía	2	13%
cultura y etnia	2	13%
total	15	100%

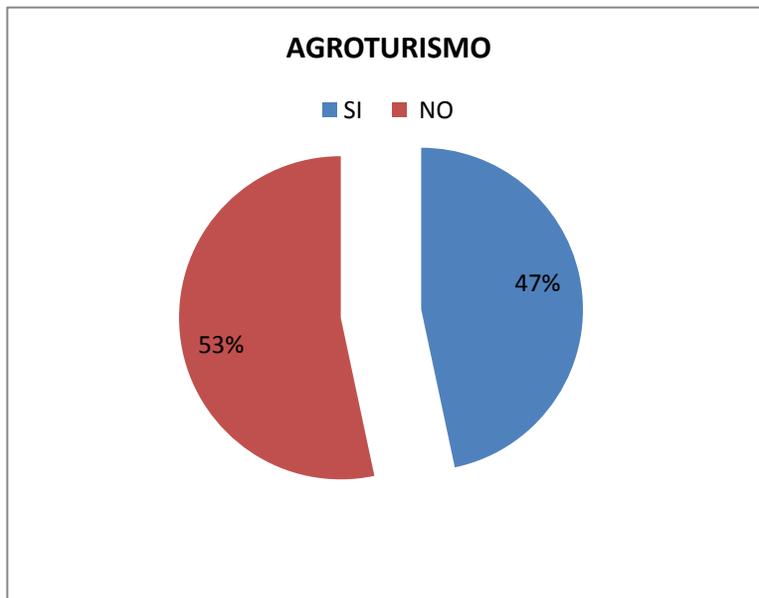


### ANÁLISIS

Los turistas encuestados visitan la parroquia de Ambuquí por el paisaje y su agradable clima seguido por la cultura y etnia y también por la gastronomía, que se debe aprovechar y generar un producto turístico atractivo para los turistas.

**6.- Conoce usted el agroturismo?**

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	7	47%
NO	8	53%
TOTAL	15	100%

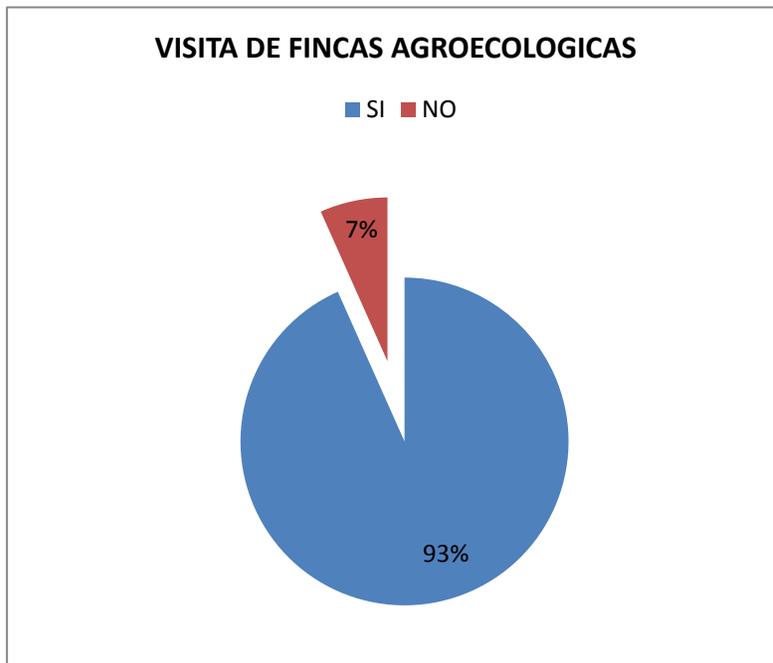


**ANÁLISIS**

Los turistas encuestados poco a poco se están interesando en el agroturismo y se ha sospechado que tiene interés en conocer sobre agro ecología, pero para poderlo aprovechar de mejor forma es necesario fusionarlo con otras actividades turísticas como turismo gastronómico, turismo de aventura, ecoturismo, etc.

7.- Le gustaría visitar fincas agroecológicas en la parroquia de Ambuquí

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	14	93%
NO	1	7%
TOTAL	15	100%



### ANÁLISIS

A los turistas les parece muy interesante, novedoso y diferente visitar fincas agroecológicas. Dato que se debe tomar en cuenta para la ejecución del proyecto ya que demuestra el potencial de producto turístico "Fincas Agroecologicas".

Si contesta SI

**8.- Le gustaría experimentar alguna práctica agrícola en las fincas.**

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	12	80%
NO	3	20%
TOTAL	15	100%



**ANÁLISIS**

El resultado demuestra la predisposición de los turistas para realizar prácticas turísticas relacionadas con la agricultura y convivir con las personas de la comunidad e intercambiar conocimientos y experiencias.

**9. Qué actividades le gustaría realizar:**

DETALLE	CANTIDAD	%
Siembra	4	9%
cosecha	3	7%
recolección de frutos	10	22%
Conocimiento de flora y fauna	7	16%
medicina tradicional	5	11%
Gastronomía típica de la zona	5	11%
conocimiento de historias y leyendas	6	13%
Danza y música	5	11%
TOTAL	45	100%



**ANÁLISIS**

Los turistas presentan diversas motivaciones y preferencias de actividades, por esta razón existe una gran gama de actividades dentro de la finca que puede satisfacer las curiosidades de los turistas.

**10. Estaría dispuesto a pagar por el servicio de agroturismo en la parroquia de Ambuquí**

DETALLE	CANTIDAD	%
SI	15	1
NO	0	0
TOTAL	15	1

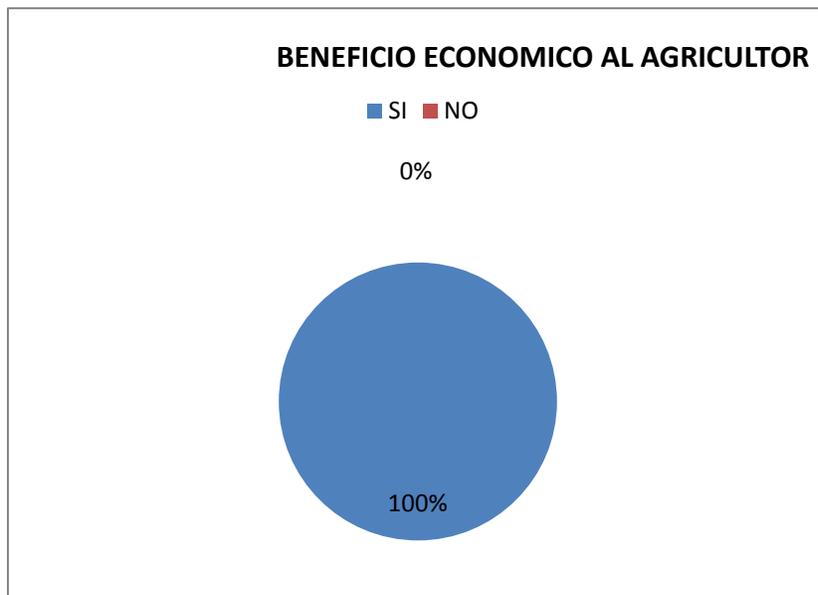


**ANÁLISIS**

El 100% de los turistas encuestados se sienten gustosos de dar una bonificación por brindarles conocimientos a los turistas que visitan las fincas, ya que están adquiriendo y conociendo un producto turístico y a la vez está contribuyendo al desarrollo de la comunidad.

**11. Considera usted que al visitar una finca agroturística está beneficiando económicamente al agricultor**

DETALLE	CANTID	
	AD	%
SI	15	
NO	0	
TOTAL	15	0

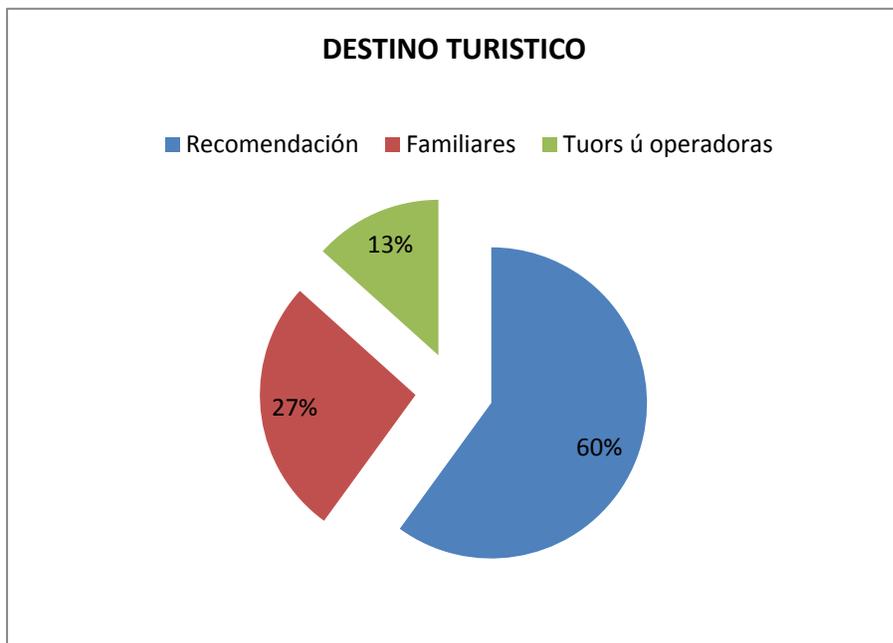


**ANÁLISIS**

El 100% de los turistas encuestados consideran una fuente de ingreso adicional al agricultor y no tienen ningún inconveniente al participar de este turismo alternativo.

**12. De qué forma usted elige su destino turístico:**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Recomendación	9	60%
Familiares	4	27%
Tours operadoras	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

Como balance general de la investigación, a continuación se presentan en forma lógica los resultados más relevantes de esta investigación, los mismos que han sido discutidos en el desarrollo del presente informe:

1. En el actual crecimiento de la actividad turística, ha demostrado que con su correcto aprovechamiento se convertirá en una parte muy importante para el desarrollo de la economía de nuestro país, ya que se habla de un mercado turístico nacional y extranjero, por esta razón se puede concluir que de igual manera la oferta turística debe aumentar en igual proporción con nuevos productos que garanticen la sostenibilidad del ambiente y satisfaciendo las necesidades de los turistas. El proyecto de valoración de las fincas agroecológicas como producto turístico por sus características tanto de su entorno paisajístico su clima, ubicación y recursos naturales le permitirán captar un notable número de turistas nacionales y extranjeros que en la actualidad buscan una comunión más cercana con la naturaleza. Los atractivos naturales presentes en las fincas en la parroquia de Ambuquí se pueden convertir en sitios de oferta turística por sus componentes y características para quienes gustan del agroturismo y de la agroecología.

2. la biodiversidad de la parroquia de Ambuquí y las posibles actividades turísticas, de recreación y aventura constituyen atractivos de desarrollo para el ecoturismo – agroecología. Que a su vez constituye una alternativa sostenible y sustentable del ambiente característico de espacio en que se desarrolla el proyecto.
3. las condiciones ambientales y paisajísticas favorecen al desarrollo de actividades turísticas variadas, que permita desarrollar una demanda turística para llevarlo a efecto actividades agroecológicas – ecoturísticas.
4. las microempresas o la organización de fincas es una alternativa para aprovechar las condiciones naturales de los lugares para considerarlos atractivos turísticos de la parroquia de Ambuquí.
5. el turismo bajo las condiciones del ecoturismo contribuyen al desarrollo y el bienestar de las comunidades en las que se desarrolla este tipo de actividades que fomentan la conservación y protección del ambiente.
6. Mediante la organización comunitaria (fincas) se puede alcanzar el apoyo financiero y asesoramiento para el desarrollo de proyectos productivos que fortalezcan a las comunidades y a la conservación de sus espacios naturales como atractivos turísticos.
7. Las fincas agroecológicas permitirá a la parroquia de Ambuquí aumentar su potencial turístico y su competitividad con relación a otros productos turísticos de la zona norte del país, y desarrollando la economía de la misma.

8. De igual manera los servicios básicos, así como las facilidades turísticas de la parroquia de Ambuqui tendrán un desarrollo más rápido para satisfacer y facilitar la llegada de turistas.

## **5.2 RECOMENTACIONES**

A continuación se presenta una serie de recomendaciones que están explicados a manera de propuesta, y como es lógico, estas recomendaciones surgen y se apoyan en los resultados de la investigación y reflejan acciones futuras que tendrán que tomarse en cuenta por quienes directa o indirectamente se relacionan con el presente proyecto.

1. Inventariar los atractivos naturales y culturales existentes, para que puedan ser sitios de oferta turística en la parroquia de Ambuqui.
2. realizar una adecuada promoción turística para convertirlos en verdaderos puntos de llegada para quienes gustan del ecoturismo – agroecología o turismo educativo.
3. se recomienda que la biodiversidad del sector y las posibles actividades se conviertan en actividades de desarrollo Ecoturístico que garanticen su protección.

4. no desaprovechar las condiciones naturales ni de suelo existentes para favorecer las distintas modalidades de turismo alternativo etc...
5. se debe capacitar a la comunidad en gestión, organización, turismo y calidad en el servicio microempresarial, ya que se presenta como una alternativa válida y propicia para aprovechar las condiciones naturales de los lugares como atractivos turísticos.
6. no desconocer que a través de la microempresa (fincas) se puede generar distintos tipos de servicios turísticos que generan actividades económicas alternativas.
7. fortalecer el agroturismo ya que contribuye al desarrollo y bienestar de las comunidades en las que existe atractivos turísticos, generando actividades económicas alternativas y conservando el ambiente.
8. se debe capacitar a la población para que logre una buena organización y lograr apoyo en créditos y asesoramiento para el desarrollo de proyectos.
9. Aprovechar la actividad turística presente en el país, que es una fuente muy importante de desarrollo económico y social no solo para las empresas turísticas, también para toda la comunidad.
10. buscar grupos financieros solidarios existentes en la región, país o extranjeros que apoyen este tipo de proyectos mediante la organización microempresarial

- 11.**En vista que la parroquia de Ambuqui posee un gran potencial turístico representado en una variedad de recursos naturales, se recomienda la puesta en marcha del proyecto fincas agroecológicas como producto turístico que ayudará a la sostenibilidad de la naturaleza.
  
- 12.**Brindar una capacitación a todas las personas de la empresa y de fuera de ella de manera que puedan ofrecer al turista un servicio de calidad, de igual manera brindar a los estudiantes la oportunidad de realizar sus prácticas y pasantías para desarrollar sus capacidades en un ambiente laboral afectuoso.

## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1 TITULO DE LA PROPUESTA**

**“TITULO DE LA PROPUESTA: CAPACITACIÓN DIRIGIDA A LOS DUEÑOS, TRABAJADORES Y COMUNIDAD DE LAS FINCAS AGROECOLOGICAS”**

La promoción es la interacción entre los turistas y la zona a promocionarse. Es importante definir la estrategia de promoción del producto y servicios turísticos y la participación en alianzas, para lo cual se ha diseñado los siguientes elementos de promoción:

#### **6.2 JUSTIFICACION**

La capacitación y el desarrollo constituyen una herramienta estratégica importante. La necesidad de actualización permanente y la potencialidad que tiene la capacitación como elemento motivador y propulsor del desarrollo personal e institucional, le otorga un lugar prominente en las políticas de desarrollo del personal. Esta se realizara a través de un seminario de capacitación y se basará en las necesidades y objetivos del proyecto.

Para llevar a cabo los propósitos expuestos en el proyecto, la capacitación a su personal marca sin duda vital relevancia, por cuanto los finqueros son las personas más valiosas para la realización y cumplimiento del proyecto enfocando a las prácticas de calidad total y atención personalizada a los turistas.

### **CAPACITACIÓN DIRIGIDA A LOS DUEÑOS, TRABAJADORES Y COMUNIDAD DE LAS FINCAS AGROECOLOGICAS**

#### **MISIÓN:**

Capacitar a los dueños de las fincas sobre la importancia que poseen las fincas agroecológicas como un producto turístico, a través de un cursillo técnico-práctico, dictado por profesionales en distintas áreas de turismo y ecoturismo para fortalecer el conocimiento, actividades y las oportunidades que brinda el agroturismo como la alternativa vital para aumentar su calidad de vida.

#### **VISIÓN:**

Las fincas agroecológicas son las protagonistas del cambio en la actividad turística de la provincia y de la región norte del país, reconocidas por su alta competitividad en el campo turístico por brindar servicios de calidad a los turistas que los visitan y capaces de desarrollar actividades lucrativas y rentable en beneficio de la comunidad.

## **OBJETIVOS:**

- Incentivar a los dueños de las fincas a realizar actividades turísticas.
- Incrementar el número de visitantes a la parroquia de Ambuquí que obtén por visitar las fincas Agroecológicas.
- Dar a conocer las actividades alternativas que pueden brindar los dueños de las fincas.

Promocionar a las fincas agroecológicas como un producto turístico.

- Responder dudas e inquietudes de las actividades turísticas sustentables y sostenibles.

## **ESTRATEGIAS**

- Desarrollar un cursillo técnico-práctico para capacitar a los dueños de la fincas sobre el potencial turístico que poseen.
- Desarrollar conocimientos básicos sobre el turismo, ecoturismo y la agroecología.
- Dar una charla técnica para dar a conocer las posibles actividades turísticas que pueden desarrollar en las fincas y atraer un mayor número de turistas, así como los beneficios económicos y de conservación del ambiente.

**CAPACITACIÓN:**  
**IMPORTANCIA DE LAS FINCAS AGROECOLÓGICAS COMO**  
**PRODUCTO TURÍSTICO.**

**1.- DATOS INFORMATIVOS**

- 1.1 Tipo de evento: Capacitación: importancia de las fincas agroecológicas como producto turístico.
- 1.2 Participantes: Dueños de las fincas de la parroquia Ambuquí
- 1.3 Fecha: Se la fijara conjuntamente con los dueños de las fincas
- 1.4 Horario: por determinar
- 1.5 número de días: 1 día
- 1.6 Coordinador de la capacitación: Gustavo Solano

**2. PROPÓSITO GENERAL**

Las fincas agroecológicas son las protagonistas del cambio en la actividad turística de la provincia y de la región norte del país, reconocidas por su alta competitividad en el campo turístico por brindar servicios de calidad a los turistas que nos visitan y capaces de desarrollar actividades lucrativas y rentable en beneficio de la comunidad.

### **3. CONTENIDOS O CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

Previo al día del cursillo:

Aplicación de la encuesta aplicada a los dueños de las fincas para determinar las estrategias más adecuadas y los temarios a tomar en cuenta para la elaboración del cursillo.

### **4. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Charlas técnicas

Actividades de campo

### **5. RECURSOS DE APRENDIZAJE**

Fotografías

Audiovisuales

Demostraciones prácticas y lúdicas

### **6. CONTENIDOS O CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

Agroturismo, una alternativa para la agricultura

Qué es el agroturismo

Evolución del agroturismo.

Aspectos culturales.

El agroturismo es la solución a la crisis de la agricultura

El inventario de atractivos

Los atractivos turísticos

Facilidades turísticas

Clasificación de los atractivos

Recopilación de información

Clasificación de los atractivos turísticos

Las comunidades y el turismo

La agroecológica

## **BIBLIOGRAFIA:**

1. CDR. 1998. Lineamientos para una estrategia de desarrollo rural. Documento para consulta. Comité para el Desarrollo Rural. El Salvador.
- 2 Fundación de agroecología y agroturismo AGRECO, información proporcionada.
- 3 Ing. Felipe Atilio Rivas Rivera.
- 4 Coordinador Unidad Ambiental Sectorial. ODE-MAG.
- 5 Documento preparado para el Foro: Fomento al Ecoturismo como herramienta de Desarrollo Económico. Asamblea Legislativa, Chalatenango, 28 de junio de 2002.
- 6 Pérez Pizarro, A. sf. Agroturismo, aspectos socioeconómicos y de identidad local.
- 7 Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales. Universidad de Chile. Santiago de Chile.

## **LINCONGRAFÍA**

- 8 [www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo](http://www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo)
- 9 [www.allrural.com](http://www.allrural.com)
- 10 [www.agroturismo.net](http://www.agroturismo.net)

11 [www.viarural.com.ar/servicios/instituciones/conadepa/notas.html](http://www.viarural.com.ar/servicios/instituciones/conadepa/notas.html)

12 [www.uchile.cl/publicaciones/anales/5/estudios5.html](http://www.uchile.cl/publicaciones/anales/5/estudios5.html)

13 [www.planchile.cl/puntog16/agroturismo.html](http://www.planchile.cl/puntog16/agroturismo.html)

# ANEXOS



Finca agroecológica "La ponderosa" ubicación, Espadillas, parroquia Ambuquí, cultivos: mango, sandia, fréjol, tuna, pimiento, plantas medicinales.



Paisaje entorno fincas, parroquia de Ambuquí.



Cultivo de hortalizas, huerta Sr. Eliseo Congo, ubicación Sector Espadillas, parroquia Ambuquí.



Elaboración de compostera, propiedad Sra. Margarita Gutiérrez,



Prácticas apícolas, recolección de miel de abeja finca de propiedad del Sr. Guillermo Játiva.



Criadero de Tilapa roja, finca propiedad Sr. Alejandro Rivera, ubicación San Clemente, parroquia de Ambuquí.



Conservación de bosque seco, guarango, cholán, espino, propiedad Sr. Galo Rivera, sector Trapichuco, Parroquia de Ambuquí.



Cultivos de frutilla, propiedad del Sr. Fabián Palacios, huerta biodiversa.



Diversidad de cultivos que se dan en fincas agroecológicas pertenecientes a la parroquia de Ambuquí.