



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO EN LA
COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: ALEX JAVIER LIMÓN ROSALES

TUTOR: LIC. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO EN LA
COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA
PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: ALEX JAVIER LIMÓN ROSALES

TUTOR: LIC. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, Ms.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

LA LIBERTAD, 2 DE OCTUBRE DEL 2012

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA**”, elaborado por, el señor Alex Javier Limón Rosales, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Hotelería y Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado la tesis, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Licenciada Tannia Aguirre Suárez, MSc.
TUTORA

DEDICATORIA

Trabajo dedicado en especial a Dios por ser mi guía espiritual en mis momentos de angustias, aciertos y reveses, conduciéndome hacia el camino del bien y el éxito.

A mis padres Sra. Elena Rosales y Sr. Edmundo Limón, por enseñarme que todo esfuerzo es al final recompensado, por darme la estabilidad emocional, económica y sentimental; para poder llegar hasta este logro.

A mis hermanos Kléber, Jonny, Plácido, Pablo y Christian Limón Rosales y en especial a mis Tíos, Emilio y Alicia (+), que me apoyaron y confiaron en mí, para que siempre tenga en cuenta que todo lo que nos propongamos en la vida lo podemos alcanzar si trabajamos fuerte y continuamente.

A mí querida esposa Liliana Tumbaco y a mi pequeño hijo Matthew Limón, por brindarme su comprensión y paciencia.

Alex Limón Rosales

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la oportunidad de vida para llevar a cabo este estudio que seguro va a favorecer a la sociedad y aportar para su desarrollo.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme brindado la oportunidad de educarme de una manera responsable y activa a lo largo de mi carrera estudiantil.

A docentes, compañeros de clases y a todos quienes me brindaron de una u otra manera su apoyo personal y moral, comprometidos siempre con el cambio y mejora de la sociedad.

Al tutor Lcda. Tannia Aguirre y a las instituciones que colaboraron de una manera en el proyecto y me dieron la oportunidad de realizar un trabajo positivo para el cambio y el progreso de nuestra comunidad.

Alex Limón Rosales

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Erick López Reyes MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

RESUMEN

**“PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO EN LA COMUNA
MONTAÑITA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA”**

Autor: Alex Limón Rosales

Tutor: Lic. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

Montañita, pueblo descendiente de la Cultura Manteño-Guancavilca, con un legado de costumbres y tradiciones, además de actividades ancestrales como la agricultura, una de las que perduró hasta la década de los ochenta. Con el pasar de los años y el boom en materia turística que surgió en la comunidad, el 85 % de la población se ha volcado a la prestación de servicios turísticos, lo que ha traído como resultado el abandono de las actividades agrícolas, los prestadores de estos servicios no se dan cuenta que esta deserción de las actividades agrícolas generan en primer lugar desempleo, posteriormente escasas de insumos que ellos necesitan para desarrollar la gastronomía local, de calidad y a un precio accesible. Con estos antecedentes se quiere aprovechar la predisposición de los propietarios que desean participar en el diseño del plan, para que mediante, una readecuación de sus instalaciones brinden un servicio agroturístico, que no solo se concentraría en cultivos y cosechas, sino que también se insertaría al turista en el desarrollo de actividades que día a día se dan en las fincas, como ordeñar al ganado, alimentar a los animales, cultivar y cosechar productos, elaborar productos con valor agregado con los resultados de la cosecha, además de brindar un servicio de hospedaje de calidad, desarrollar cabalgatas, caminatas, senderismo, y el desarrollo de algunas actividades de turismo de aventura que el entorno de Montañita permita realizarlo. El principal objetivo de la presente tesis es diseñar un Plan de Desarrollo Agroturístico para los actores que van a tener contacto con el turista: agricultores, administradores y dueños de haciendas. Se describen los programas y proyectos que deberán ejecutarse en logro de los objetivos.

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
CARÁTULA.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICO	xii
ÍNDICE DE FOTOS	xiii
INTRODUCCIÓN	1
BIBLIOGRAFÍA	
CAPÍTULO I.-	
Generalidades del área de estudio	5
1.2Historia de Montañita	5
1.2.1 Organización Social	6
1.2.2 Ubicación	7
1.2.3 Superficie	8
1.2.4 Límites	8
1.2.5. Clima	8
1.2.6. Historia.....	9
1.2.7. Costumbre	16
1.2.8. Tradición	19
1.2.9. Usos y Costumbres	20
1.3.Impactos Socioculturales del Turismo	20
1.3.1.Definición del Turismo	22
1.4.Agroturismo- Turismo Rural	32
1.4.1.Definiciones	32
1.4.2. Importancia del Agroturismo en el Ecuador	36
1.4.3.Agroturismo Turismo Sostenible	41
1.4.4. La oferta Agroturística	43
1.4.5. La Demanda Agroturística	45
1.4.6. Análisis Económico	47
1.4.7. Agroturismo y Desarrollo Rural	47
CAPÍTULO II.- Validacion Metodológica, Presentacion y Analisis de	
Resultados	53
2.2 Población y Muestra	56
2.3 Análisis e Interpretación de Resultados	59
2.3.1. Encuestas a Finqueros del sector	61
2.3.2. Encuestas a Turistas de Montañita.....	72
2.3.3. Entrevistas a Dirigentes Comunales	86
2.3.4. Entrevistas a Autoridades de Turismo	92

2.3.5. Interpretación de Resultados	98
---	----

CAPÍTULO III

Diseño Estructural del Plan de Desarrollo Agroturístico para la Comuna Montañita.....	100
3.1. Presentación	100
3.2. Introducción	100
3.2.1. Metodología para la elaboración del Plan de desarrollo agroturístico	103
3.3. Importancia y Justificación del Plan	108
3.3.1. Importancia	108
3.3.2. Justificación	109
3.3.3. Objetivo General	111
3.3.4. Objetivos Específicos	111
3.3.4.1. Misión	112
3.3.4.2. Visión	112
3.4. Estructura Organizacional funcional de la directiva comunal para el Turismos	116
3.5. Objetivo Estratégicos	117
3.6. Análisis del producto	118
3.7. Ofertas	120
3.8. Por que divina Providencia	121
3.8.1. La Familia	121
3.8.2. Sus comienzos y motivaciones	122
3.8.3. Producción de la Finca	124
3.8.4. Finca “La Chacarita”	124
3.8.4. ¿Por qué la Chacarita?.....	125
3.8.5. La Familia	125
3.8.6. Sus comienzos y motivaciones	125
3.8.7. Producción de la Finca	127
3.9. Programas y proyectos propuestos	129
3.10. Sensibilización	132
3.10.1. Alianzas Estratégicas	133
3.10.2. Convenios con la Cooperación Internacional	134
3.10.3. Convenios con Universidades	134
3.10.4. Convenios con agencias de viajes	134
3.10.5. Convenios con entidades especiales	134
3.11. Oficina de información turística	135

3.11.1.Creacion del Comité de Turismo Comunal.....	136
3.11.2. Promocion Turistica	136
3.12. Estrategias de Marketing	136
3.12.1. Creación de Marca, Slogan y Logotipo	136
3.12.2. Estrategias de Promoción y Publicidad.	138
3.12.3. Publicidad	138
3.12.4.Marketing Directo	139
3.12.5. Radio	139
3.12.6.Valla Publicitaria	139
3.12.7.Volantes	141
3.12.8.Tripticos	142
3.12.9. Camisetas y gorra con la marca del producto	144
3.13.Inclusion de Montañita en celebraciones de la Provincial	145
3.14. Ordeño de Vacas	149
3.14.1. Recoleccion de frutas y vegetales	149
3.14.2 Elaboración de mermeladas caseras	150
3.14.3.Elaboracion de quesos	150
3.14.4.Elaboracion de Yogurt	151
3.14.5.Pan de casa.....	151
3.14.6. Arreo de animales	152
3.14.7.Alimentacion de terneros	152
3.14.8.Aseo y paseo de caballo	152
3.14.9. Intercambio Cultural	153
3.14.10. Transmisión de riqueza oral.....	153
3.14.11. Visita a las cascadas de Alex	154
3.14.12. Caminata a las Zonas de Bosques protegidos	154
3.15.Programa3	155
3.15.1.Utilizacion de salon de actos.....	156
3.16.Programas 4	157
3.17.Programa 5	160
3.18.Programa 6.....	162
3.19. Lineas de acción para promocionar el agroturismo en la comuna montañita	163
3.19.1. Turismo de aventura (cabalgatas)	163
3.19.2 Especificaciones en los tripticos, dipticos y hojas volantes	164
3.19.3. Observacion de recursos naturales y culturales	164
3.19.4.Experiencia gastronomica	165
3.20.Beneficios del Agroturismo	165
3.21. Conclusiones	167
3.22. Recomendaciones	168

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Estratificación de la muestra	58
Tabla 2. Finqueros de Montañita	60
Tabla 3. Esquema metodológico para la elaboración del plan de desarrollo agroturístico	104
Tabla 4. Fortalezas y debilidades del sector turístico de la comuna montañita	113
Tabla 5. Presupuesto estimativo.....	170
Tabla 6. Presupuesto de Sueldos y Salarios Primer año.....	171
Tabla 7. Presupuesto de Gastos Operativos	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sexo (Género de los encuestados)	61
Gráfico 2 Edad	62
Gráfico 3 Se dedica solamente a la Agricultura.....	63
Gráfico 4 Ha recibido capacitación en producción agrícola	64
Gráfico 5 La producción agrícola le genera rentabilidad.....	65
Gráfico 6 Aceptación de la creación de un plan de desarrollo agroturístico.....	72
Gráfico 7 Actividades que le gustaría realizar.....	66
Gráfico 8 Estaría usted de acuerdo en recibir una capacitación.....	67
Gráfico 9 tiempo adecuado para que un turista pueda hospedarse en su finca y conocer sobre la actividad agroturísticas	68
Gráfico 10 Qué tipo de alojamiento emplearía	69
Gráfico 11 ¿Considera que con la implementación de un plan de desarrollo Agroturístico le generaría mayor rentabilidad para su finca?	70
Gráfico 12 Nacionalidad de encuestados	71
Gráfico 13 Edad	72
Gráfico 14 Sexo (Género del encuestado)	73
Gráfico 15 Ocupación	74
Gráfico 16 Motivos del viaje	75
Gráfico 17 Durante su viaje a la comuna Montañita ¿Le gusto?	76
Gráfico 18 Atractivos que han sido de su preferencia (Culturales)	77
Gráfico 19 Atractivos que han sido de su preferencia (Naturales)	78
Gráfico 20 Su viaje lo realizó	79
Gráfico 21 Considera que los atractivos turísticos localizados en el área de influencia de la comunidad de Montañita posibilita la creación de un proyecto agroturístico.....	80
Gráfico 22 Le gustaría participar de un proyecto Agroturismo?	81
Gráfico 23 ¿Cuál sería el tiempo de permanencia adecuado para un proyecto de Agroturismo?	82
Gráfico 24 ¿Qué tipo de alojamiento utilizaría?	83
Gráfico 25 Su gasto promedio diario por persona es de	84
Gráfico 26 Actividades a la que se dedica la comunidad.....	85
Gráfico 27 Habitantes que se dedican a actividades netamente agrícolas	86
Gráfico 28 La producción agrícola genera rentabilidad en este sector	87
Gráfico 29 Tiene conocimientos acerca de lo que es Agroturismo.....	88
Gráfico 30 Recibiría capacitación para desarrollar actividades agroturísticas en la comunidad.....	89
Gráfico 31 El Agroturismo, diversificaría las actividades económicas a la comuna	90
Gráfico 32 Actividades a la que se dedican los habitantes de la comunidad de Montañita	91
Gráfico 33 ¿Qué planes a nivel turístico tienen para la comunidad de Montañita y sus habitantes?	92
Gráfico 34 El agroturismo, diversificaría las actividades económicas a la comuna ...	93
Gráfico 35 Están dispuestos a colaborar para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad agroturísticas en el sector.....	94
Gráfico 36 La comunidad necesita reactivar el sistema productivo agrícola.....	95
Gráfico 37 Lineamientos que aplicarían para este tipo de proyectos agroturísticos	96

ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1 Mapa de ubicación de la Comuna Montañita	9
Foto 2 Cerámica y figurillas de la Cultura Manteño - Huancavilca.....	10
Foto 3 Sillas de Poder de la Cultura Manteño - Guancavilca	15
Foto 4 Agroturismo en el Ecuador.....	35
Foto 5 Agroturismo.....	38
Foto 6 Cabezas de ganado en fincas de Montañita	38
Foto 7 Turismo de Montañita (Campeonato de Surf	48
Foto 8 Localización de las Fincas de la Comuna Montañita	119
Foto 9 Entrada principal de la finca “Divina Providencia”	120
Foto 10 Finca “divina providencia”	121
Foto 11 Vista Entrada de la finca “La Chacrita”	126
Foto 12 Producción de Finca “La Chacrita”	128
Foto 13 Logotipo.....	137
Foto 14 Simbología y significado de los elementos de la marca	137
Foto 15 Valla Promocional I	140
Foto 16 Valla Promocional II	141
Foto 17 Modelo de hojas volantes	142
Foto 18 Tríptico (parte posterior)	143
Foto 19 Tríptico (parte interior).....	143
Foto 20 Camisetas con logotipo.....	144
Foto 21 Gorras con logotipo	144

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos I	178
Árbol de Problemas.....	179
Árbol de Objetivos	180
Matriz de Operacionalización de las Hipótesis	181
Anexos II	187
Tablas encuestas a Finqueros	188
Tablas encuestas a Turistas	190
Tablas de entrevistas a Dirigentes Comunales.....	193
Tablas de entrevistas a Autoridades de turismo.....	194
Anexos III	197
Formato de Encuestas a Finqueros del Sector.....	198
Formato de Entrevistas a Dirigentes de la Comuna	200
Formato de Entrevistas a Autoridades de Turismo	202
Formato de Encuestas a Turistas.....	204
Anexos IV	207
Fotografías Encuestando a Turistas	208
Fotografías Encuestando a Finqueros del sector.....	209
Fotografías Entrevistando a Dirigentes de la Comuna.....	210
Fotografías Entrevistando a Autoridades de Turismo.....	211
Fotografías de paisajes Turísticos de Montañita	212
Mapa de la población de la Comuna Montañita	213
Logotipo del Plan de Desarrollo Agroturístico en la Comuna Montañita.....	213

INTRODUCCIÓN

En la Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, la Comuna Montañita, desde la década del ochenta, ha tenido un surgimiento y es uno de los balnearios con mayor y rápido crecimiento turístico desde que empezó a convertirse en un punto de encuentro para gente, usualmente extranjera, vinculada o inspirada en el movimiento hippie y en otros movimientos alternativos, para la diversión, el descanso y el contacto con la naturaleza.

Poco a poco los habitantes de la comunidad se han afianzado en las actividades diversas que desarrolla el turismo de sol y playa, lamentablemente abandonando su actividad ancestral, la agricultura; lo que conlleva a un incremento de los costos de los insumos para el desarrollo de la gastronomía, lo que encarece los precios que el turista tendrá que cancelar.

Lo que se observa en el entorno es una explotación constante del talento humano, debido a las escasas oportunidades para conseguir buenos empleos, esto hace que en la comuna exista una alta tasa de subempleo, ya que las personas que acogen estas responsabilidades no están capacitadas para desarrollarlas. Además esto provoca que las personas se dediquen a otro tipo de actividades y abandonen las escasas actividades agrícolas que desarrollan, porque como estas demandan pequeñas inversiones y no las poseen abandonan los cultivos, lo que hace que en la comuna existan extensas zonas de terrenos improductivas.

Lo antes indicado conduce a que los agricultores abandonen las tierras productivas y las vendan para dedicarse a otras actividades con el pequeño capital resultado

de la venta de sus propiedades, esto provoca una limitada explotación de los recursos agrícolas que ha poseído la comuna a través de la historia, lo que eleva el costo de los insumos de la variada y solicitada gastronomía que caracteriza a la comuna.

Los escasos ingresos familiares y la inexistencia de centros educativos cercanos ha conllevado a que la comuna se caracterice por el limitado nivel de estudios de la población, los trabajadores agrícolas desintegrados no gestionan los recursos ante los órganos competentes, lo que conlleva a una amplia limitación de poseer los recursos hídricos necesarios para el desarrollo de actividades agrícolas.

Además el desconocimiento que tiene la comunidad respecto a las políticas de desarrollo agropecuario que está desarrollando el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y otros organismos nacionales como internacionales, provoca la inexistencia de programas de capacitación para los agricultores de la comuna lo que acarrea un limitado, por no decir inexistente, apoyo para los emprendimientos agrícolas.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a la comuna a desaprovechar las oportunidades que brinda el medio, como también a depender de una sola actividad económica que es el turismo, cuando el plan de desarrollo de la Provincia de Santa Elena y el Gobierno Nacional, priorizan la agricultura como un eslabón del crecimiento económico, para lo cual están aplicando estrategias que el agricultor debe de conocerlas y gestionarlas para lograr el objetivo primario del milenio, reducir la pobreza del sector rural.

Si bien hablamos de desarrollo local, debemos considerar al “turismo” y a cualquiera de sus ramas, como partes integrantes y complementarias de este

desarrollo, obviamente siempre y cuando estas operen bajo criterios de sustentabilidad y competitividad, ya que sólo así, ésta actividad económica puede representar a las comunidades una alternativa para la diversificación productiva, ingreso económico, de aprovechamiento, conservación de los recursos naturales y actividades ancestrales por consiguiente de desarrollo.

Si pretendemos que las comunidades, localidades, poblaciones o comunas, organizados según sus propósitos o de acuerdo a sus actividades, accedan y alcancen un desarrollo social y económico con un medio ideal para aportar al mismo como son los proyectos de turismo, es preciso presentar una alternativa capaz de moldearse a las reales necesidades de las localidades, y de presentar posibles soluciones a estas; por lo que considero realizar un plan de desarrollo agroturístico, el mismo que generara fuentes de empleo en el desarrollo de actividades agrícolas en la Comuna Montañita.

Para esto resulta necesario e importante el aporte que haga un técnico en ecoturismo, un ingeniero agrónomo y ente especializado en hotelería y turismo rural.

En el capítulo 1 se desarrolla el marco referencial, en el que se detalla los antecedentes del tema, la fundamentación teórica, se analizan las variables, se describe la fundamentación legal y el marco situacional de la Comuna. El capítulo II contiene la validación metodológica, presentación y análisis de resultados, el diseño de la investigación y los aspectos metodológicos que se aplican en el trabajo de investigación. El capítulo III contiene el título de la propuesta, la presentación, los objetivos, contenidos, conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

Es así que pongo a consideración y bajo mi responsabilidad, la presentación de la tesis “Plan de desarrollo Agroturístico en la comuna Montañita, Cantón Santa Elena provincia de Santa Elena”, como parte de un proyecto de diversificación para la oferta turística de la comuna y de la zona.

CAPÍTULO I

1.1 GENERALIDADES DEL ÁREA DE ESTUDIO.

1.2 HISTORIA DE MONTAÑITA

Hasta hace pocos años atrás Montañita era precisamente solo mar y pueblo, un pueblo de gente que se dedicaba a la agricultura , pesca y comercialización de la paja toquilla, pero en la actualidad Montañita se ha convertido en el balneario turístico de más rápido crecimiento en la costa Ecuatoriana, (Ruiz, 2010).

¿Cómo era Montañita antes?, ¿Cómo se vivía? ¿Cómo se llegaba, y como se salía? Estas son preguntas que tienen más de mil historias por narrar, en las que no se pueden negar los hechos que existieron hace miles de años atrás en el pasado y que hoy son parte de nuestra historia, son el origen ancestral de nuestra comunidad.

La base fundamental de referencia de las comunas, lo constituye la POSESIÓN DE SU TERRITORIO, desde tiempos remotos por parte de las familias que nos reconocen como descendientes de este sitio, es decir los comuneros son INDÍGENAS originarios, entendiéndose la comunidad como una agrupación de personas que viven unidas por vínculos de cohesión social, ligas de parentesco, por interés y por propósitos comunes, estas colectividades se conformaron y

existen desde épocas inmemorables, manteniendo formas comunitarias de vida, en lo económico, social y cultural. (Comuna Montañita, 2012).

Para el año 1962 llega al pueblo un surfista peruano cuyo nombre era Piti Block, el cual entabló amistad con algunos pobladores de la comuna, quienes se animaron a practicar este deporte, turnándose la tabla que había dejado el peruano, hasta que luego comenzaron a fabricar sus propias tablas con balsa. A ellos se les unieron muchos amigos y así poco a poco comenzó a crearse una pequeña tribu bien unida de surfers. Es así como Montañita empezó a convertirse en un punto de encuentro para gente, usualmente extranjera, vinculada o inspirada en el movimiento hippie y el surf, y con gran afinidad entre la vida alternativa de los visitantes tanto nacionales como extranjeros y la estructura y organización comunitaria y autónoma de la comuna. Hasta principios de los años noventa, los turistas acudían en busca de un ambiente de paz y prometedor de aventuras, esta visión de aquellos turistas todavía eran lejanos a la idea de convertir al lugar en un paraje turístico comercial. Para la actualidad, el panorama ha cambiado mucho a pesar del estilo rústico que puedan tener las construcciones.

Luego con el tiempo, Montañita comenzó a levantarse con casas de veraneo, pequeños hoteles y restaurantes rústicos, creado por guayaquileños y algunos extranjeros que se enamoraron de este lugar y quisieron establecerse ahí, desde surfers hasta personas que gustaban del trópico, el mar, el agua tibia y la paz de Montañita, (ESPOL, 2010)

1.2.1 Organización Social

En la entrevista realizada al presidente de la comuna el señor Leonel Del Pezo, obtuvimos la información necesaria en cuanto a organización social de la comuna,

es así que en el año 1937 se crea la “Ley de Organización de Comunas”; siendo el máximo ente regulador el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Ya en el año 1938 los pobladores de esta zona se organizan jurídicamente y es así como nace la comuna Montañita, siendo su primer presidente el señor Lorenzo Villao.

La directiva se reúne todos los lunes de 7 a 8 de la noche, para revisar los problemas que se suscitan en la comuna, en éstas reuniones solo participan los miembros que componen la organización:

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. Presidente: | Leonel Del Pezo. |
| 2. Vicepresidente: | Milton Rosales |
| 3. Tesorero: | Iván Del Pezo |
| 4. Secretario: | Rodrigo Pinto |
| 5. Comité de Turismo: | Daniel Borbor |

Este comité se reúne cada dos o tres meses con la comunidad, ó dependiendo si existe algún problema grave en la comuna por lo cual llaman a sesiones extraordinarias. A finales del mes de diciembre los pobladores de Montañita se reúnen para nombrar a los nuevos integrantes del Comité de la Comuna, y a principios del mes de enero se entrega los nombramientos para el nuevo comité.

1.2.2 Ubicación

La Comuna Montañita se encuentra ubicada en la Provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, a 200 Km de la ciudad de Guayaquil.

Se la llama así por estar ubicada en una ensenada rodeada por cerros, y vegetación al pie del mar.

1.2.3 Superficie

De acuerdo con la enciclopedia virtual Encarta 2011, Montañita cuenta con 1.414 hectáreas. Cuenta con una extensa playa, y dependiendo de las fases de la luna y de su efecto subsiguiente sobre las mareas, las olas se extienden a partir de 3 – 12 pies, propicias para la práctica de uno de los deportes más extremos que caracteriza a la comuna y a la zona como es el surf, sede también de campeonatos internacionales de este deporte.

1.2.4 Límites

Las coordenadas geográficas de la Comuna Montañita son; Latitud 1° 49' S, Longitud 80° 44' O, y sus límites son:

Norte: Comuna Olón

Sur: Cabecera Parroquial Manglaralto

Este: Cordillera Chongón Colonche

Oeste: Se encuentra bañada por el Océano Pacífico.

1.2.5 Clima

De acuerdo con Silvia Álvarez, (1999:71), en la zona Norte Occidental del cantón Santa Elena, es donde se ubica la Comuna Montañita, influenciada por la corriente fría de Humboldt, y la corriente cálida de El Niño. Posee un clima cálido, fresco y seco, con temperaturas medias superiores a 23 grados centígrados. Existe una sola estación lluviosa (diciembre – abril ó mayo). Al concluir las precipitaciones

comienza la época seca (julio- diciembre), que durante unos meses está acompañada de garúas (mayo - agosto).

Fotografía N° 1

Mapa de la ubicación de la Comuna Montañita.



Fuente: Enciclopedia Encarta 2007.
Elaboración: Alex Limón Rosales

1.2.6. Historia

- La cultura Manteño–Guancavilca (500 – 1530 D.C.).

Los pobladores de la Comuna Montañita provienen de una de las culturas precolombinas más importantes de la costa ecuatoriana, los Manteño-

Guancavilca. Según los datos encontrados en la tesis “El petróleo como atractivo turístico de la Península de Santa Elena”, esta cultura se ubicó a lo largo de la Península de Santa Elena, en la zona Oeste de la Cordillera Costanera, donde actualmente se encuentra asentada la población de Montañita desde la zona central de Manabí hasta la provincia de El Oro.

Fotografía N ° 2

Cerámica y Figurillas de la Cultura Manteño - Huancavilca



Fuente: www.exploringecuador.com/
Elaboración: Alex Limón Rosales

Los pobladores de la Comuna Montañita provienen de una de las culturas precolombinas más importantes de la costa ecuatoriana, los Manteño-Guancavilca. Según los datos encontrados en la tesis El petróleo como atractivo turístico de la Península de Santa Elena “esta cultura se ubicó a lo largo de la Península de Santa Elena, en la zona Oeste de la Cordillera Costanera, donde actualmente se encuentra asentada la población de Montañita desde la zona central de Manabí hasta la provincia de El Oro”. (Coronel, Marques, 2008 Pág. 33).

Diferencias en estado y rango se manifiestan en el tamaño de las casas y en la calidad y cantidad de adornos personales. Hubo especialización en las ocupaciones, especialmente en lo que se refiere a las artes y manualidades.

Estaban constituidos en señoríos independientes siendo Salangome el de mayor influencia de la Costa manabita. Su capital corresponde al sitio monumental de Agua Blanca que, probablemente, tuvo a la vez un carácter ceremonial y administrativo.

Fueron llamados “desdentados” por la costumbre de privar a la mandíbula superior de dos dientes incisivos. En algunos pueblos se clavaban en los dientes tachuelas de oro.

Aprovecharon la diversidad de recursos naturales como la orilla del mar, valles fértiles y laderas, tanto hacia la costa como hacia la Cuenca del Guayas, los estuarios y todo el comercio transoceánico. En la agricultura sembraron una diversidad de productos como: papa china, tabaco, ají, piña, aguacate, maíz, yuca, maní, tomate, y camote. En las zonas secas construyeron albarradas para el uso diario y para mantener los cultivos en las temporadas de sequía. Además sembraron en los muros para aprovechar el suelo húmedo. Las zonas húmedas de la cordillera también se utilizaron para los cultivos.

Los Manteño-Guancavilcas fueron grandes navegantes que surcaron el océano hacia Centroamérica y el Perú, su señorío se expandió por el norte de Manabí y el sur de Esmeraldas (Atacames), motivado por el interés de controlar puntos estratégicos de conexión entre las rutas de intercambio terrestres y marítimas. Sus principales mercancías de exportación y comercio eran la concha *Spondylus*, tejidos de algodón, objetos de oro, plata, cobre y espejos de obsidiana.

Su cerámica se caracteriza por ser de color anaranjado y estar decorada con pintura negativa. Las vasijas son globulares y cónicas; tienen mascarones antropomorfos sobrepuestos en los bordes, incensarios con figuras humanas y de

animales como pedestal y base acampanada, y grandes vasijas que fueron usadas con fines funerarios.

- Desarrollo alcanzado por los Manteños

Con los datos obtenidos en la revista Sumpa (2006), podemos citar “que los cronistas españoles reiteradamente describen en sus relatos a una sociedad numerosa, guiada por poderes centralizados, a los mejores jefes de linaje destacados, que mantenían su liderazgo a través de las actividades rituales que eran de importancia trascendental dentro de cada comunidad” (Pág. 14).

Los figurines Manteños dan énfasis al papel social – religioso del hombre, mientras que la mujer está poco representada, de lo cual se puede interpretar que había perdido el destacado papel que tenía en las ceremonias comunales de épocas anteriores. Los Manteños construyeron centros urbanos imponentes como Manta, Cerro de la Hojas y Agua Blanca, donde se centró la población.

Los Manteños intensificaron la producción agrícola ampliando los sistemas de represas de agua, albarradas, terrazas y estructuras de almacenamiento. Además la ubicación de los sitios Manteños y los abundantes restos de pescado en los mismos indican una intensa pesca de alta mar. Los cronistas, Brando, López, Veintimilla, (2000). Comentan “que la gente de la costa, referida con la denominación de los tatuados, eran grandes navegantes”. (Pág.27)

En 1526 el piloto español Bartolomé Ruiz capturó una balsa Manteña cargada de tejidos decorados, mullu (concha Spondylus), y cerámica. Con embarcaciones de gran envergadura y profundos conocimientos del mar, los navegantes indígenas cubrían grandes rutas, llegando hasta las costas de Perú y México.

- La vida ceremonial de los Manteños

La importancia de las ceremonias religiosas y funerarias en las comunidades Manteñas está demostrada no solo por la evidencia proveniente de las tumbas sino también por las de los santuarios o adoratorios hallados en varios sitios de Manabí como: Cerro de Jaboncillo, Cerro de Hojas, Montecristi, Agua Blanca, y la Isla de la Plata; y en Guayas: Cerro Paco, Cerro de las Negritas y la Loma de los Cangrejitos.

- Patrones de entierro de la Cultura Manteña

Los Manteños se destacan por la producción abundante de objetos destinados a usos funerarios y rituales. Finas cerámicas; figurines; elaborados tejidos de varios colores; objetos y adornos personales de oro, plata, cobre, concha, y piedras preciosas, hechas de moneda, manos de moler y torteros para hilar, fueron ejecutados por artesanos especializados para el consumo de las élites cuyas funciones se concentraban en lo religioso y lo político.

Los Guancavilcas sepultaban a sus muertos en enormes urnas funerarias que contenían varios esqueletos de hombre o de mujer sin distinción de edad y en desorden anatómico. Entre los objetos encontrados en las sepulturas constan

cuentas diminutas de oro, moldes de cerámica para fundir metales, hachas pedunculadas, navajas de mango, puntas de cobre para los bastones usados en las sementeras para suavizar la tierra; así como una espada ancha posiblemente para fines agrícolas.

Destacan además en la elaboración de anclas, pesos para las redes y material utilitario para la navegación y pesca, además se han encontrado láminas de cobre, y plata que llevan repujados en el centro unos ovarios; rostros con caracteres felínicos a veces con la lengua afuera colgando como sonajero.

Según Silvia Álvarez (1999) “La sociedad Guancavilca se hace perfectamente distinguible en el espacio de otras sociedades como la Nigua, la Milagro Quevedo. No obstante da la impresión de que el conjunto termina siendo una sutil extensión de las mismas formas de organización social”. (Pág. 134: 135)

Los pueblos que integraban la Confederación Guancavilca podrían haberse regido por ciertas normas que les permitían llegar a acuerdos en ciertos casos, que afectaran determinados intereses, que se solucionaban mejor si se los trataba en común. Esto no implicaría de ningún modo anexiones territoriales ni una centralización del poder.

Su fórmula organizativa espacial, en ese sentido, no admite una división norte-sur sino este-oeste, mostrando así un control de la producción complementario, sobre la base de la articulación de medio ambientes que enlazan el mar con la cordillera de Chongón-Colonche. Esto también se constata en los enclaves que penetran las fronteras de otros grupos hacia el norte (Bahía de Cojimíes, Atacames y Cerro Los Liberales). Si bien se admiten manifiestas diferencias en ciertos aspectos de su cultura material (cerámica y vestido) estas pueden leerse

también como símbolos de identidad de los diferentes segmentos sociales que, aunque al formar parte de la sociedad Guancavilca, mantenían relaciones diferenciadas a la vez una ideología compartida que se expresaba en la distribución de las sillas de poder.

Brando, López, Veintimilla, EC. (2000). Tesis El petróleo como atractivo turístico de la Península de Santa Elena. Guayaquil, EC, ESPOL. Indica “haberse regido por ciertas normas que les permitían llegar a acuerdos en ciertos casos, que afectaran determinados intereses, que se solucionaban mejor si se los trataba en común. Esto no implicaría de ningún modo anexiones territoriales ni una centralización del poder”. (Pág. 42)

Su fórmula organizativa espacial, en ese sentido, no admite una división norte-sur sino este-oeste, mostrando así un control de la producción complementario, sobre la base de la articulación de medio ambientes que enlazan el mar con la cordillera de Chongón-Colonche. Esto también se constata en los enclaves que penetran las fronteras de otros grupos hacia el norte (Bahía de Cojimíes, Atacames y Cerro Los Liberales). Si bien se admiten manifiestas diferencias en ciertos aspectos de su cultura material (cerámica y vestido) estas pueden leerse también como símbolos de identidad de los diferentes segmentos sociales que, aunque al formar parte de la sociedad Guancavilca, mantenían relaciones diferenciadas a la vez una ideología compartida que se expresaba en la distribución de las sillas de poder.

Fotografía N° 3
Sillas de Poder (Cultura Manteño)



Fuente: www.exploringecuador.com/.../img/manteno.jpg. Año 2007
Elaboración: Alex Limón Rosales

A continuación se definirá una serie de conceptos básicos, entre ellos costumbres, tradiciones, usos, entre otros, los cuales nos servirán para tener sus definiciones claras, a medida que se desarrollan los capítulos será común la utilización de dichos términos.

1.2.7 Costumbres

Costumbres, reglas sociales que definen el comportamiento de las personas en una sociedad y cuya violación tiene como consecuencia una grande aprobación o un castigo. Las costumbres se diferencian de las tradiciones de un pueblo (es decir, el comportamiento común a todos sus miembros) en que tienen una base organizativa y que cuando se transgreden son castigadas con mayor severidad. La violación de las costumbres conlleva la imposición de sanciones, tales como el aislamiento o el castigo físico. A finales del siglo XX, y especialmente en las sociedades occidentales, las costumbres tradicionales han pasado a ocupar un lugar menos destacado al adquirir las libertades personales una mayor relevancia.

Al ser las personas en esencia seres sociales, su pensamiento y acción se hallan influenciados por esquemas biológicos innatos y por costumbres de tipo cultural, que se han transmitido de generación en generación.

De acuerdo con la enciclopedia virtual Wikipedia, la costumbre es una práctica social reiterada, uniforme de un grupo social. Generalmente se distingue entre buenas costumbres que son las que cuentan con aprobación social y las malas costumbres, que son relativamente comunes, pero no cuentan con aprobación social, y a veces leyes han sido promulgadas para tratar de modificar la conducta.

El hecho social es un concepto básico en la sociología y la antropología. Fue acuñado por el francés Emile Durkheim(1885) en su libro Las reglas del método sociológico “Refiere a todo comportamiento o idea que presenten un grupo social (sea respetado o no, sea subjetivamente compartido o no) que es transmitido de generación en generación a cada individuo por la sociedad, considerada como un todo mayor que la suma de las personas que la componen” (Pág. 38). A su vez, es recreado en mayor o menor medida por estos, de manera que la mayoría lo comparte y todos lo conocen, entrando en la conformación de sus prácticas y sus juicios morales sin que deba ser previamente discutido.

El ejemplo clásico es el momento del aplauso luego de una representación teatral: cada espectador presente sabe cuándo empezar a aplaudir (y en qué caso debe hacerlo, y las consecuencias de no hacerlo) sin necesidad de preguntar a los demás, de manera que el fenómeno se produce con notoria sin ser crónico a partir de la información de cientos de fuentes particulares previamente aculturadas sobre ese hecho social. Desde este punto de vista, todas las facetas mayores de un grupo humano: su lengua, su religión, su moral y sus costumbres, son hechos sociales.

El resultado del no acatamiento a un hecho social es, en el fuero interno, un índice de la fortaleza y vigencia de ese elemento dentro del acervo de hechos sociales que forman el conjunto cultural (que si es fuerte, acarrea vergüenza y en algunos casos hasta el suicidio), y, en las prácticas externas, una causal de sanción social, que dependiendo de la gravedad de la transgresión para ese grupo humano (la cual está en relación directamente proporcional con la importancia relativa del hecho social violado y de su vigencia —estado de decaimiento, estabilidad o ascensión—) puede ir desde una simple reprobación moral hasta la aplicación de castigos y sanción espinales.

Desde otro punto de vista la costumbre es el uso implantado en una comunidad y considerado por ella como jurídicamente obligatoria. Es la observancia constante y uniforme de un cierto comportamiento por los miembros de una comunidad, con la convicción de que responde a una necesidad jurídica.

Falta de precisión, de certeza y de unidad, son los grandes defectos de la costumbre. La costumbre, independientemente de su valor autónomo tiene mucha importancia como antecedente histórico de la ley. De acuerdo con otros autores costumbres «son aquellas normas estables de conducta establecidas en el transcurso de un largo período y reguladoras del género de vida» del hombre en determinados aspectos (por ejemplo, al recibir a un huésped, al contraer matrimonio, al celebrar las fiestas).

En la costumbre se ponen de manifiesto los hábitos, pero no sólo ellos. Sobre el origen y carácter de las costumbres influyen las particularidades de la historia del pueblo y de su vida económica, las condiciones naturales y climáticas, la condición social de las personas, las concepciones religiosas, etc.

Bajo el socialismo se forman costumbres nuevas y se conservan algunas de las viejas. No todas las costumbres surgidas en el pasado son progresivas. La sociedad socialista, por ejemplo, se ve obligada a combatir costumbres humillantes para la mujer (existentes ya en el período feudal). Las costumbres poseen la fuerza de los usos sociales e influyen sobre la conducta de las personas. Como quiera que las costumbres sean de naturaleza social, están sujetas a estimación moral.

Gracias a estas definiciones, podemos desarrollar un concepto propio de costumbres.

El ser humano es en esencia un ser social, ya que vive y depende de la sociedad y del medio que lo rodea, es por esto que necesitamos reglas y normas sociales que definan el comportamiento de las personas, y que marquen la pauta para definir las buenas y malas costumbres, siendo estas transmitidas de generación en generación.

1.2.8 Tradición

Tradición proviene del latín traditio y éste a su vez de tradere, "entregar". Extradición todo aquello que una generación hereda de las anteriores y por estimarlo valioso, llega a las siguientes. Se considera tradicional a los valores, creencias, costumbres y formas de expresión artística característicos de una comunidad, en especial a aquéllos que se transmiten por vía oral. Lo tradicional coincide así, en gran medida, con el folclore o "sabiduría popular".

La visión conservadora de la tradición ve en ella algo que mantener y acatar críticamente. Sin embargo, la vitalidad de una tradición depende de su capacidad para renovarse, cambiando en forma y fondo (a veces profundamente) para seguir siendo útil.

De acuerdo con otras fuentes bibliográficas, tradición es un conjunto de costumbres, y ritos que se transmiten de padres a hijos. La tradición de un pueblo es aquello que lo identifica y diferencia de los demás, algo propio y profundo. Cada comunidad tiene sus propias tradiciones, las que se manifiestan en el modo

de vivir, en el arte y se conservan a través del tiempo. La historia que la gente cuenta en voz baja y que es verídica, esa historia forma la tradición oral de un pueblo.

El escritor Paulo Carvalho (1989) define a la” tradición como el mecanismo por el cual heredamos los bienes que fueron propios de nuestros antepasados, ó “noticia de hecho, transmitida de padres a hijos, de edad en edad” (Pág. : 204, 205).

1.2.9 Usos y costumbres

Se refieren a las tradiciones que son memorizadas y pasadas a través de generaciones, originalmente sin la necesidad de un sistema de escritura. Desde otro punto de vista “Usos y costumbres” se refiere a una variedad de ideas y prácticas que, teóricamente, los pueblos indios tienen y ejercen desde hace mucho tiempo, tanto cuanto la memoria alcance. Lo cierto más bien es que indígenas y campesinos han estado sujetos a múltiples influencias “como cualquier otro grupo social que vive en una comunidad determinada”, de las cuales toman ideas y prácticas mezclándolas con las propias.

Usos y costumbres supone, por ejemplo, distintas actividades diarias de hombres y mujeres en las comunidades, desde las más simples hasta las más complejas. En cierto sentido es similar el uso que damos en el mundo occidental al decir "es una costumbre" o "lo hago por costumbre", al imputado por indígenas y campesinos, quizá con la mayor salvedad de que el individualismo caracteriza al primero, mientras que al segundo, el colectivismo.

1.3 Impactos Socioculturales del turismo

Citando a Jordi Gascón, y Ernest Cañada (2010) en uno de sus artículos, “en el cual señalan que el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la

interrelación entre culturas diferentes. No obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona” (Pág. 26).

Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales para dejarlos sólo en lo epifenoménico, lo “visible”, que es tratado como una mercancía más. En Kenia, uno de los países africanos más turísticos, es común que etnias autóctonas representen danzas y rituales como atracción para los turistas fuera de su contexto cultural. La artesanía es un ámbito en el que estos procesos se dan con asiduidad: además de cambiar de finalidad (de bien de uso a mercancía), los modelos artesanales se homogeneízan según los supuestos gustos occidentales.

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población. En el caso cubano, por ejemplo, si bien las empresas turísticas son mixtas (estado cubano – capital extranjero), los trabajadores que tienen contacto con los turistas (camareros, guías, etc.) suelen recibir, en propinas, varias veces el sueldo medio del país, lo que les ha convertido en un grupo social diferenciado y envidiado.

Según el libro de Turismo y Desarrollo Sustentable del Ministerio de Turismo (2007) argumenta que, “dependiendo del tipo de turista que visita una región, el impacto sociocultural tendrá mayor o menor intensidad y será positivo o no”. (Pág. 5)

Incluso cuando el contacto entre el turista y el residente no es muy profundo, la observación del comportamiento de los visitantes puede inducir a cambios en las actitudes, valores y comportamiento por parte de los habitantes de la región receptora. A este fenómeno se le conoce como el efecto demostración y ocurre también en el caso del turismo interno, cuando los visitantes no provienen de un mismo contexto sociocultural, provocándose cambios sociales y culturales en el destino.

1.3.1 DEFINICIÓN DE TURISMO.

La palabra turismo se deriva del latín *tornus* (torno) y *tornare* (redondear, tornear, girar), y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual.

Clive L. Morley (2007) señala que “pesar de su creciente importancia y del trabajo realizado por las personas que han estudiado al fenómeno, el turismo no es un concepto bien definido” (Pág. 27) Los esfuerzos por establecer una definición se remontan hasta 1933 y desde entonces se han realizado distintos acercamientos a una definición emanada del despliegue económico, sociológico, de comercio o por la preocupación de establecer estadísticas confiables de la actividad.

Autores como Neil Leiper y John Hunt coinciden en que definir al turismo no es una tarea sencilla, pues el término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años. A través de las definiciones podemos distinguir tres etapas del desarrollo del turismo, la primera

durante la primera mitad del siglo XX donde el turismo empieza a ser estudiado como fenómeno social principalmente por la escuela alemana; la segunda, cuando surge el turismo de masas con el desarrollo de la aviación comercial después de la Segunda Guerra Mundial; y la tercera etapa, el turismo moderno con el nacimiento de la Organización Mundial de Turismo, en la década de los setentas, que influye en la alineación de las políticas turísticas nacionales y el reconocimiento de la importancia de su contribución en la economía.

A principios del siglo XX, el turismo empieza a ser estudiado como el movimiento de forasteros. Así, en los años veinte surge en Alemania la ciencia de los movimientos de forasteros; en Angelo Mariotti (1992) publica el texto *La industria del forastero en Italia: aporta una definición del tránsito de forasteros y sostiene que “es el tránsito de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales”*. (Pág. 58)

Artur Borman (1933) agrega que el movimiento de forasteros comprende “los viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales iniciados en muchos casos por acontecimientos o situaciones especiales, donde la ausencia de su vivienda es transitoria y que excluye a los desplazamientos a lugares de trabajo”. (Pág., 27)

Robert Glücksmann (1935) sostiene “que el movimiento de forasteros es la suma de las relaciones entre personas que realizan su estancia circunstancialmente en un lugar y los habitantes habituales del mismo”. Este aporte se reconoce hoy como una de las primeras definiciones sociológicas del turismo, ya que integra las

relaciones sociales que se dan entre el visitante y el receptor. Walter Hunziker y Kart Krapf, fundadores de la escuela humanística, pasaron de la descripción tradicional del movimiento de forasteros a un fenómeno más complejo, y definieron al turismo 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”.

Ya en la segunda mitad del siglo XX, aparece el turismo de masas como un fenómeno económico-social fruto de los cambios y transformaciones de la sociedad que surge posterior a la Segunda Guerra Mundial, y se consolida como una de las actividades productivas más dinámicas de la era pos-industrial. El turismo entonces se define como una actividad socioeconómica que se distingue de la simple actividad viajera y del movimiento de forasteros registrada en la época anterior.

En 1963, durante la conferencia de las Naciones Unidas sobre viajes y turismo internacional, se reconoció la importancia del turismo en las economías nacionales y en el comercio internacional y se establecieron definiciones y clasificaciones del turismo para fines estadísticos. Para 1965, se celebró en México el Congreso Internacional de Sociología, donde se definió al turismo como “el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones”.

En 1967, la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) definió al turismo como “la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por

razones de negocios o profesionales”. (Pág. 38). Oscar de la Torre Padilla (2005) amplía esta definición y nos dice que “es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural”. (Pág. 16) Con este aporte, de la Torre Padilla introduce para el 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”. Esta definición fue adoptada por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas el 4 de marzo de 1993 y se utiliza para definir y clasificar las actividades turísticas internas e internacionales.

En resumen, se puede establecer que turismo es la combinación de actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje como transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos y otras instalaciones para actividades diversas para individuos o grupos que viajan fuera de casa.

Por otro lado, turista y turismo son dos conceptos estrechamente relacionados. La Ley Federal de Turismo en su última reforma DOF 06-06-2000, define al turista como “la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley”(Pág. 54). La misma ley señala que servicios turísticos son los que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; agencias, sub-agencias y operadoras de viajes; guías de turistas; restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos que se encuentren ubicados en los establecimientos de hospedaje, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT 2005-2007), “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” (pág. 47) 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.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes

propriadamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Cuenta satélite de turismo (CST)

La Cuenta Satélite de Turismo ((2008) es, “la segunda recomendación internacional sobre estadísticas de turismo que se ha desarrollado en un marco de coherencia con el Sistema de Cuentas Nacionales” (Pág. 18) Ambas recomendaciones son coherentes entre sí y constituyen el marco conceptual para medir y analizar el turismo como una actividad económica.

Como una herramienta estadística para el cálculo económico del turismo, la CST puede verse como un conjunto de 10 tablas de resumen, cada una con sus base de datos y cada una representando un aspecto diferente de los datos económicos relativos al turismo: el gasto del turismo receptor, interno y emisor , los gastos del turismo interior, las cuentas de producción de las industrias turísticas, el Valor Añadido Bruto (VAB) y el Producto Interno Bruto (PIB) atribuible a la demanda turística, el empleo, la inversión, el consumo del estado y los indicadores no monetarios.

La labor de definir el concepto de turismo presenta muchas complicaciones. No hay una definición que tenga validez universal. El turismo es un hecho y una actividad muy compleja y cambiante, por lo tanto su definición también lo es.

En un intento de clarificar este importantísimo concepto nos valdremos de una visión multidisciplinar que nos permitirá tener una base de conocimiento fundamental para todo aquel que quiera especializarse en el sector turístico.

Una definición clásica:

“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”. Ley de Turismo ecuatoriana, Publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002

Una definición internacional:

“Por turismo se entiende, el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos.” (Definición según la OMT, Cabrini: 2002)

Definición desde la Teoría Sociológica:

El turismo no sólo es un sector económico sino un hecho psicosocial. Sin embargo, los estudios que encontramos son muy dispersos y no podemos hablar

de una sola y única sociología del turismo. José Manuel Castaño (2005) destaca los siguientes autores:

a) Cohen (2001), no da una definición cerrada, sino que analiza el turismo desde diferentes perspectivas:

- El turismo como comercialización de la hospitalidad.
- El turismo como viaje democratizado.
- El turismo como moderna actividad de ocio.
- El turismo como una variedad moderna del peregrinaje tradicional.
- El turismo como una expresión de la cultura básica.
- El turismo como un proceso de aculturación.
- El turismo como un tipo de relación étnica.
- El turismo como una forma de neocolonialismo.

b) Cuenca (1995), autor español, que “considera el turismo como un fenómeno que nos permite escapar de la vida cotidiana y sus problemas” (Pág. 17). El turismo actual es el resultado de la democratización del tiempo y el espacio.

Le confiere al turismo actual las siguientes características:

- El turismo es un derecho social. Ya no es considerado como una actividad caprichosa y de lujo. El turismo es un modo de vida y no una práctica coyuntural.

- El turismo en un sector diversificado.

c) Buck (1978): Es la “definición sociológica más aceptada y entiende el turismo como un juego: “el turismo como el juego, es algo voluntario que escapa y se sale de la vida cotidiana, limitado en el tiempo y en el espacio, rodeado por un aire de emoción, misterio, promesa, felicidad y libertad, incluso de promoción sociocultural. (Pág. 28)

Definición desde la antropología:

El turismo hay que entenderlo como un hecho cultural que se da en un determinado contexto. Sus estudios han ido muy encaminados a analizar los impactos turísticos, como los procesos de aculturación, el choque intercultural, etc. Otro aspecto es el estudio de los ritos de paso y de peregrinaje. Estos estudios se centran en diferentes aspectos, los cuales caracterizan al turismo como:

- Una forma de imperialismo que causa cambios en las zonas menos desarrolladas (Nash, 1989, Pág. 15).
- El turismo como actividad de ocio, posible de encontrar en todas las culturas (Dumazdier, 1974), (Nash, 1979b).
- El turismo como actividad que aleja al individuo de su contexto cotidiano, provoca impactos y cambios en la sociedad receptora –anfitrión- y en el turista, Nash (1981), Safari (1984).

Turismo desde una visión antropológica (intromisión de la mano del hombre) se considera como una forma de expansión económica, social, cultural, política y

psicológica de las sociedades, que genera excedentes y que ha potenciado el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos y con ello ha facilitado la ocupación de los espacios de ocio y descanso de esos grupos sociales.

Definición desde la geografía:

La geografía trata el hecho turístico como un hecho complejo- social, cultural, económico, etc., que se desarrolla dentro de un territorio. El estudio del turismo responde a los objetos generales de esta ciencia: estudiar los fenómenos físicos y humanos en el espacio.

Podemos distinguir dos tendencias o dos métodos de estudios, la Geografía Turística y la Geografía del Turismo:

- **Geografía Turística:** Es más descriptiva. Se ocupa de estudiar los recursos turísticos de un espacio o destino concreto, y de analizar los usos del espacio turístico.

- **Geografía del Turismo:** Se preocupa del cómo y el por qué. Estudia los modelos de desarrollo del espacio turístico, los movimientos y flujos turísticos, los patrones de distribución espacial tanto de la oferta como de la demanda y los impactos del turismo.

1.4 AGROTURISMO - TURISMO RURAL

1.4.1 DEFINICIONES

A continuación se darán una serie de definiciones, las cuales ayudarán a comprender con mayor precisión las diferencias del concepto “turismo rural” y “agroturismo”.

Además de dar definiciones a nivel nacional, se mostrarán definiciones de otros países, como es el caso de Italia y España, los cuales son precursores del turismo rural. Dichos países han elaborado leyes, decretos y demás documentos para que esta actividad no sólo lleve un marco legal, sino que crezca en forma uniforme y acorde con sus objetivos.

Turismo Alternativo: modalidades de viaje que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo. Los turistas que lo practican desean tener un contacto más estrecho con los pueblos, sus culturas y la naturaleza, experiencias nuevas o realizar alguna actividad fuera de lo común. Son personas que viajan solas o en pequeños grupos, utilizando alojamientos distintos de los ofrecidos por el turismo tradicional; se desplazan en medios de transporte públicos con una guía de viaje en sus bolsillos. “Excursiones alejadas de los principales centros urbanos a zonas inhóspitas, poco provistas, no incluidas en circuitos turísticos, aldeas, turismo rural,” son algunos ejemplos. (Wallingre-Toyos: 1998. Pág. 19).

Turismo Rural: se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. “El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. (Definición según la OMT, Cabrini: 2002. Pág., 54).

Turismo Rural: remite a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida.. Así practican turismo rural tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola con interés de conocer y disfrutar de alguna actividad agropecuaria (agro turistas), como los cazadores, pescadores, científicos, estudiantes en viaje de egreso, turistas de paso, empresarios que participan de un nuevo evento o retiro, etc. Se caracteriza porque los servicios son prestados por los habitantes del mundo rural con la participación de la familia del productor agropecuario. (Programa Argentino de Turismo Rural “Raíces”: (2000, Pag. 9).

Turismo Rural: es el uso o aprovechamiento turístico del entorno no urbano, que atiende a las premisas del desarrollo sostenible, genera efectos eminentemente positivos (conservación del patrimonio, la protección del medio, etc.), se promueve en áreas “no invadidas”, incluye a la población local como actores culturales, es minoritario y promueve, a través de encuentros espontáneos y la participación, el contacto cultural. (Barrera: 2003. Pág. 23)

Turismo Rural: toda aquella actividad turística desarrollada en al ámbito rural que puede ser tracking o excursionismo, avistamiento de aves, cabalgatas, etc. y

que se pernocta en un establecimiento rural. (Programa de Iniciativa Comunitaria LEADER II Comunicazione CEE 94/C/180/12 Italia dell'1/7/1994).

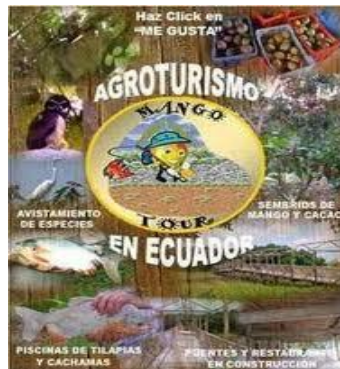
Turismo Rural: es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo. (Jorge Schaerer y Martine Sirven: 2001 Pág., 22).

Según el Diccionario de Términos y Glosarios de Turismo y Hostelería (2007); se define “al Agroturismo como un tipo de turismo basado en el alojamiento en casas rurales y donde el usuario participa en las tareas cotidianas del lugar: agrícolas, ganaderas, artesanales (Pág. 25)

Agroturismo: está asociado a la participación y observación activa del turista en las entidades agropecuarias y/o prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local dentro de la propiedad agrícola. (Ej.: elaboración de dulces, ordeños, manejo de hacienda, arreos, trabajo de maquinaria agrícola, cosechas, etc.)(Programa Argentino de Turismo Rural “Raíces”: 2000 Pág. 27).

FOTOGRAFÍA N ° 4

AGROTURISMO EN EL ECUADOR



Fuente: www.exploringecuador.com/
Elaboración: Alex Limón Rosales

Agroturismo: consiste en la prestación de servicios de alojamiento y manutención y otros servicios complementarios en caseríos (construcción típica rural y unidad familiar de explotación agrícola y ganadera) del País Vasco. (Definición según el decreto 128/1996 del País Vasco, modificado por el Decreto 210/97).

Agroturismo: es una forma de turismo rural que presenta características particulares en la organización de la oferta conectada a la hacienda agrícola. Para el consumidor europeo se habla de la producción típica, de origen geográfico, de las características artesanales, del proceso de transformación, de la particularidad de la utilización de la gastronomía, independientemente si son objeto de una forma de garantía o protección comunitaria y/o nacional. (Programa de Iniciativa Comunitaria LEADER II Comunicazione 1994 Pág. 24).

Agroturismo: turismo en explotaciones agropecuarias, combinando recreación tradicional con contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural

y las tradiciones campesinas, y donde uno de los principales motivos de las visitas sea el contacto con la explotación agropecuaria, forestal, acuícola y otras formas de producción del mundo rural”. (Jorge Schaerer y Martine Sirven: 2001 p.8).

En primer lugar se definen al turismo alternativo, ya que es parte de un turismo no convencional, constituyéndose en una nueva forma de disfrutar del tiempo libre. El contacto con la naturaleza, la paz del paisaje y lo rústico del lugar; además se presentaron enunciados de turismo rural de diferentes autores y países, para poder comparar. La ilustración de Italia de turismo rural dice que el turista debe pernoctar en el predio agrícola, entonces si se comparan los enunciados, se estaría hablando de agroturismo. Luego se propuso claramente lo que es el turismo rural y el agroturismo; en diferentes criterios y la conclusión a la que se llega es que el turismo rural señala el ámbito en donde se desarrolla las actividades, en cambio, la definición de agroturismo explica las actividades que se pueden desarrollar dentro de un establecimiento agropecuario. Es importante destacar que existe una diferencia en los criterios de enunciación de Italia, donde no se habla de servicios ni actividades, sólo que está conectada a un predio agrícola. En cambio, en la definición vasca se habla de los servicios pero haciendo referencia a la explotación agrícola/ganadera; En fin los diferentes criterios en los títulos de definición hacen que el turismo sea una alternativa para poder unificar diferentes actividades dentro de un mismo plano de desarrollo sea esta rural, agropecuaria o alternativo, para que al final el único beneficiado sea el turista y la comunidad.

1.4.2 IMPORTANCIA DEL AGROTURISMO EN EL ECUADOR

En la última década el agroturismo se ha venido desarrollando mundialmente; por las condiciones geográficas, topográficas, y socio-económicas que posee el

Ecuador podría constituirse en uno de los países latinoamericanos más apetecibles para el turismo, si se lo explota en esta modalidad así como lo sería el ecoturismo y lo referente al entorno natural que es el producto de mayor protección para este milenio según la Organización Mundial de Turismo (O.M.T.).

Según el Proyecto de Agroturismo en la hacienda “Esther Matilde” en Quininde como una alternativa para diversificar el turismo nacional, Atiaga Karina, Proaño Ma.

Fernanda, (2000), “dice que el sector agropecuario Ecuatoriano constituye al PIB en un porcentaje del 16.5% en forma directa, porcentaje que es mayor que el del sector manufacturero, de servicios gubernamentales y el petróleo, mientras que el turismo aporta con el 8% al PIB” (Pág. 54). Si se unifican las ramas turismo y agro, la importancia de este sector en la economía Ecuatoriana sería aún más significativa, ya que es generalizado el conocimiento de que la agricultura y el turismo al ser adecuadamente explotados se constituirán en las fuentes de recursos para el Ecuador en el futuro.

El desarrollo del agro-turismo en el Ecuador, contribuirá a reducir drásticamente el desempleo y la pobreza de los habitantes del sector rural que son quienes conocen las artes del campo y a quienes se podría capacitar en la prestación de servicios hoteleros, lo que generaría riqueza e impulsaría a nuestro país a salir de la crisis en la que se encuentra estancado en la actualidad.

FOTOGRAFÍA N° 5 AGROTURISMO



**Fuente: Fincas del Sector
Elaboración: Alex Limón Rosales, Octubre 2012**

Hasta mediados de los años 70, el turismo se asociaba básicamente, de un lado con playa, mar y sol y del otro, con museos, monumentos e historias de grandes culturas. A finales de los años 80 y comienzo de los 90 se juntan varios elementos: la oferta a los destinos turísticos tradicionales comienzan a saturar a la demanda, se genera la necesidad de ofrecer nuevos productos turísticos diferenciados, toma fuerza la preocupación por el medio ambiente y aumenta el interés por regresar a los orígenes y valorizar lo tradicional.

Fotografía N ° 6

Cabezas de Ganado de las Fincas de Montañita



**Fuente: Fincas del Sector
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)**

Agroturismo, también conocido como agro ecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los

procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, incluido la degustación de los productos.

Se denomina agroturismo a aquella actividad en que el motivo principal del cliente es conocer, participar o disfrutar de las actividades vinculadas con la producción agropecuaria. Esta actividad se vuelve más atractiva, en la medida de que la oferta del establecimiento sea más diversificada.

A finales del 2008 se realizó en la provincia de los Ríos el “Curso de capacitación para haciendas agroturísticas” el cual promovía la participación de propietarios de haciendas de la provincia de Los Ríos, que manifiesten su interés, brindándoles instructores para mejorar sus capacidades a través del desarrollo de conceptos y criterios en torno a la actividad turística, a su vez buscaba generar experticias en los propietarios de haciendas para promover la actividad turística en la provincia por medio de la generación de rutas turísticas, y finalmente estructurar paquetes turísticos para dinamizar la economía local entorno a rutas agroturísticas.

Según cito el informe final de Plandetur 2020 se tiene una visión de fortalecer al agroturismo especialmente en las dos provincias propuestas en esta consultoría, pero además se incluye la provincia de El Oro, esta última será abordada en una segunda fase posteriormente.

Estoy seguro que realizando las gestiones y adecuaciones necesarias el producto agroturístico “MONTAÑITA AGROTURISMO” podrá ser insertada a esta red en un futuro no muy lejano.

En cuanto a los corredores que unen los destinos de sierra con los de costa, el tramo Quevedo-Balzar-Daule actualmente no representa un corredor turístico propiamente, aunque sí es un corredor potencial para desarrollarse en el futuro, con el aprovechamiento de agroturismo alrededor de una vía bananera.” (Plandetur, informe final 2007 p. 21).

“...Se fortalecerá e impulsara las rutas diseñadas como Ruta del Cacao, la Ruta del Café, Ruta del Banano, la Ruta de las Flores, como las prioritarias para su correcta implementación. Panorama favorable para que los agricultores vendan sus productos a los visitantes.” (Plandetur, informe final 2007 p.25).

En el año 2009, el Ministerio de Turismo desarrolló la consultoría “Conformación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos” que procuraba identificar la oferta de agroturismo, consolidarla y generar un proceso de comercialización.

El estudio evidenció que la cadena de valor en el producto agroturismo está fragmentada y en algunos casos es inexistente, por ello se hace necesario reforzar aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma. El citado estudio también indica que “la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas, al generar beneficios económicos no sólo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agroturísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública.”(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

1.4.3 AGROTURISMO TURISMO SOSTENIBLE

Se sugiere que es necesario equilibrar cinco elementos principales para alcanzar un turismo sostenible, sin que ninguno de ellos llegue a dominar sobre el resto: aspectos económicos, sociales, culturales, medioambientales y satisfacción turística. “Esto supone la necesidad de definir indicadores que midan estos aspectos con el propósito de señalar las áreas prioritarias de actuación”. (Rekondo, 2005, p.23)

El agroturismo no viene a suplantar a la agricultura; más bien buscan transformar el concepto tradicional de la finca. Sin el afán de convertirla en un “hotel de montaña”, “la finca será un atractivo turístico, en donde el viajero pueda disfrutar de comidas típicas, actividades culturales, servicios ambientales, alojamiento apropiado y, lo más importante, el intercambio cultural con la gente del lugar” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2003, p. 26).

EJEMPLOS DE AGROTURISMO

Agroturismo Eco-Amigable es coordinado por CRACYP, una ONG local. La idea es sencilla - usted se queda con una familia local. Esta es una gran oportunidad para ver y experimentar como vive la gente en esta zona cálida y tropical de Ecuador, sus riquezas productivas agrícolas. El alojamiento es básico - usted tendrá su propio cuarto, pero generalmente compartirá las facilidades del baño.

Las fincas, las casas y las familias son todas diferentes y cada una tiene su propio encanto. Las fincas tienen cosechas distintas - generalmente bananas, plátanos, cacao (chocolate), naranjas o maíz entre otras, la mayoría de las familias tienen un poco de café para con sumo de casa. Quizás hay mango, papaya, aguacate, mandarinas y yuca creciendo cerca de la casa. También muchas familias tienen gallinas y tal vez un chanchito o caballos y burros. Algunas familias tienen ganado para leche, queso y carne. Su familia anfitriona estará encantada mostrarle la finca o granja.

CRACYP (Corporación Red Arborizadora Campo Y Progreso) es una ONG de reforestación. Esta forma de eco-turismo es solo uno de nuestros proyectos de desarrollo sustentable rural que están mejorando la calidad de vida en las comunidades de la zona. Compensamos con precio justo a las familias en cuyas fincas usted se hospeda y también a la gente local quienes aportan con servicios de transporte, caballos, comidas y guianzas.

La siembra de árboles es siempre un componente en nuestro plan de desarrollo. En este caso cada noche de sus vacaciones agroturísticas incluye el costo de sembrar un árbol. Lo importante es que USTED puede sembrarlo y así sabe que, personalmente, ha hecho algo bueno para el ecosistema local y para reducir el calentamiento global. La alternativa es que puede apoyar a la economía local a través de pagar a un trabajador local para sembrar sus árboles.

Ejemplos concretos de agroturismo serían: participar en una recolecta de café o de otras frutas (naranjas, uvas, cacao), ordeñar manualmente una vaca, asistir a una corrida típica de toros, participar de un proceso de elaboración de panela (tapa

dulce) o de un queso, participar en las prácticas que se llevan a cabo en un vivero de plantas ornamentales, etc., (Rekondo 2003, p.8).

1.4.4 LA OFERTA

Montañita está ubicada en la costa del Ecuador en la provincia de Santa Elena, sobre Ruta del Spondylus. A 200 Km. de la ciudad de Guayaquil. Es el lugar ideal de surfistas nacionales e internacionales, sus olas derechas perfectas que llegan hasta los 6 metros. Rodeada por cerros, y vegetación al pie del mar, ofreciendo un ambiente multicultural, así como también un espacio natural. Montañita es una playa mágica, que encanta a quienes la visitan. Muchos la consideran un paraíso.

Sus paisajes, sus olas y su fiesta son los principales elementos que convierten a este balneario en un lugar en el que convergen distintas culturas, atrayendo a turistas de diversas partes del mundo.

En estos días, chilenos y argentinos se encuentran en este lugar de la provincia de Santa Elena. Ellos lo califican como la revelación mundial de la temporada 2012, así lo detalla el diario La Nación de Argentina y lo confirman sus testimonios.

La fuerte presencia de argentinos en el sector demuestra su influencia en este sitio e inclusive existe un sitio en la red social Facebook con más de mil seguidores.

Allí los viajeros relatan las experiencias vividas en estas playas calificadas como una revelación de América Latina, y comparadas con balnearios de Brasil y Uruguay.

Además, la rumba en Montañita no para. Este es uno de los mayores atractivos que tiene, puesto que cada fin de semana presenta un evento diferente que atrae a cientos de turistas nacionales y extranjeros. La vida nocturna de Montañita es eterna y es lo que más atrae a los extranjeros que disfrutan tanto en discotecas como en la playa que casi siempre es una improvisada pista de baile.

Y otro factor importante es la oferta hotelera que se ajusta al presupuesto de este turismo. En Montañita se encuentran habitaciones desde siete dólares. La presencia de este turismo es positiva a la inversión y es por ello que este año se prevé la inauguración de un nuevo hotel, el Dharma Beach, frente a la playa.

Una de las formas de unir turismo y sostenibilidad es el agroturismo, una demanda que cada vez gana más competencias y seguidores. La razón del éxito del agroturismo radica en la singularidad de la oferta, la adaptación del caserío y la vida agrícola y ganadera al fenómeno del agroturismo, la arquitectura popular que el mismo representa y su ubicación física unida normalmente a entornos muy cuidados y de mucho valor natural y paisajístico; “ un tipo de alojamiento cada vez más demandado por el cliente vinculado de tipo natural, ecológico y medioambiental” (Vogel, 2004, p. 47).

1.4.5 LA DEMANDA

El interés del mercado alemán por el Ecuador, surge tras la difusión de los resultados de la investigación realizada en el 2007 por una Universidad de Berlín, sobre las preferencias del turista alemán por nuevos destinos turísticos y que trascendiera durante la Feria ITB que se desarrolló en Berlín, Alemania el pasado mes de marzo, donde Ecuador junto a India, Suráfrica, Vietnam y Perú, se convirtieron en los destinos preferidos.

El grupo de tour operadores estuvo integrado por ejecutivos de Lufthansa City Center GmbH, Schmetterling Reisen Verwaltungs-GmbH, Berge & Meer, Dertour GmbH, FTI Frosch Touristik, Meier's Weltreisen GmbH, Studiosus Gruppenreisen GmbH, Thomas Cook AG, Olimar Reisen und Vertriebs GmbH, Niedecken Media Travel Talk y por los periodistas de FVW, Urlaub Perfekt, Touristik Aktuell, Travel One y Latino Profi, revistas especializadas en el tema.

Los empresarios turísticos que visitaron el país durante 4 días, destacaron las preferencias de sus potenciales clientes en cuanto a aventura y confort. “Eso es lo que hemos venido a observar” dijo Roland Jonker, ejecutivo de la empresa Thomas Cook, una de las operadoras alemanas más grandes, quien aseguró además que Ecuador se caracteriza por su mega diversidad y la amabilidad de su gente.

Al finalizar su vista los operadores alemanes consideran que al Ecuador le correspondería mejorar las condiciones de competitividad en temas como precios,

tasas aeroportuarias, entre otros, para poder captar un mayor número de viajeros europeos.

Según estadísticas del Ministerio de Turismo en el 2011 llegaron al país 23.453 turistas alemanes, lo que significó un crecimiento del 26 por ciento con relación al 2010, año en que llegaron 18.586 visitantes.

Alemania, en términos de viajes hacia el extranjero, es considerada como la campeona y el segundo mercado después de EEUU; en cuanto a consumos, el estudio predice que en el 2015, Alemania retendrá su posición como uno de los países de mayor movimiento turístico hacia destinos de otros países.

Para los ejecutivos alemanes, la vida autóctona, la copa del mundo y el vino que se produce, son razones que llevan a creer que los destinos que privilegian actividades como safaris, naturaleza, sol, arena y mar, tour en ciudades y deportes en general, lograrán captar sus preferencias. Asimismo el estudio determinó que el turista alemán busca informarse en detalle a la hora de escoger el destino de sus vacaciones.

Ecuador logró un sensible incremento de turistas alemanes luego del Mundial de Fútbol en el 2010, esto sumado a las acciones de marketing y relaciones públicas desarrolladas, permitió que empresas como Windrose lograra vender 200 viajes de lujo en el 2011, de los cuáles 175 visitaron también las Islas Galápagos, cifra récord para esta empresa.

1.4.6 ANÁLISIS ECONÓMICO

Desde el punto de vista económico, el turismo es una actividad que adquiere cada vez una mayor preponderancia. Estimaciones de la Organización Mundial de Turismo indican que a comienzo de los 2000, representaba en el mundo el 12% del PIB y 11% del empleo, este puede ser un interesante indicador del potencial que representa para Latinoamérica 6% de esta actividad. También demanda recursos humanos, como: el transporte, la alimentación, las artesanías; por ejemplo, el Perú, país en el que más del 75% de los proveedores de servicios turísticos son microempresas de menos de cinco trabajadores (Zambrano, 2001).

1.4.7 AGROTURISMO Y DESARROLLO RURAL

El agroturismo es un ejemplo, de que en los espacios rurales se desarrollan actividades económicas más allá de la concepción sectorialista de lo agropecuario y un elemento de lo que a comienzos de los años 90 permitió plantear el concepto de agricultura ampliada, con el que se llama la atención a visualizar mas allá de lo agropecuario y a reconocer la importancia de las actividades “extraprediales”, que explicaban la mayor parte del valor agregado de los productos originarios del medio rural (Riveros, 2003)

Algunos de los componentes a considerar en el desarrollo agroturístico y las características de los productos que se ofrezcan en ese marco se señalan a continuación.

FOTOGRAFÍA N ° 7
Turismo de Montañita (Campeonatos de Surf)



Fuente: www.exploringecuador.com
Elaborado por: Alex Limón Rosales

“Agroturismo” es una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, y principalmente con paisajes cultivados.

“Paisajes cultivados”. Este término es clave. Para hacer agroturismo es indispensable desarrollar primero una cultura de cultivos sanos y como consecuencia de su sanidad vegetal, cultivos eficientes, rentables y competitivos. Ningún turista querrá estar en una finca o hacienda mal cultivada, desordenada, con faltas de higiene, sin valor cultural o tecnológico.

Por esa razón, el orden lógico es el de aprender y educar a todos los involucrados en la puesta en práctica de una agricultura limpia, sana, productiva y si es posible, con valor agregado, para que este emprendimiento, con esas características, por si solo se vaya convirtiendo en algo digno de ser visitado.

Un centro agroturístico es el producto de un proceso en el que los cultivos y el aspectos cultural y educativo juegan papeles decisivos y son el componente clave de su desarrollo.

Este proceso cultural debe permitir hacer recorridos y mostrar las innovaciones tecnológicas que aportan con toda su ciencia en los grandes logros de sanidad y productividad agropecuaria:

- Biotecnología.
- Trofobiosis.
- Alelopatía.
- Sistemas de germinación protegida.
- Sistemas de riego tecnificado.
- Sistemas de drenaje.
- Acolchamiento de suelos.
- Micro túneles para la producción de frutas hortalizas.
- Invernaderos para la producción de frutas y hortalizas.
- Invernaderos para la producción de forraje verde hidropónico para alimentación animal.
- Ganadería estabulada.
- Sistemas de secado y deshidratación para agregar valor a las producciones agrícolas.
- Producción de compost.
- Lombricultura.
- Diversas fases de agro industrialización.
- Modelos de manejo avícola.

- Otras producciones animales.
- Piscicultura.

El uso de invernaderos para desarrollar cultivos de alta eficiencia y productividad es una buena práctica. En estos se puede producir eficientemente: Tomate de mesa, uchuva (uvilla), arveja, pepino, pepinillo (Pickles) pimiento, babaco, fresa, caracoles (scargot), flores.

Las oportunidades derivadas del crecimiento sostenido de estas demandas deben ser aprovechadas para desarrollar atractivos turísticos realmente relevantes, con áreas diseñadas para los turistas (Senderos, espacios de estar, servicios higiénicos, seguridad), que dejen en el turista una experiencia inolvidable, lo que quiere decir que allí debe haber cosas que ver y cosas que hacer. Ese entorno debe tener cultivos dignos de filmar o fotografiar y un alto contenido cultural, ejemplo: diversos cultivos promisorios, rescate de especies nativas, especies medicinales, especies aromáticas, especerías, frutales y en general cultivos que disfrute el turista y que formen parte de sus inolvidables recuerdos, que represente valor hedónico.

En el lugar debe haber vivencias de allí. Vivencias características del lugar tales como comida típica, bebidas propias, dulces tradicionales, música autóctona, paseos (bicicleta, triciclo, caballo, bote, canoa), conversaciones con la gente del lugar, pesca, observación de animales silvestres, excursiones, en síntesis: que haya un aprendizaje positivo para que el turista se convierta en un entusiasta promotor y difusor del lugar.

El agro y eco turismo generan nuevos ingresos, educación turística, ambiental y agrícola y además enriquece a los involucrados.

Es importante tener en cuenta que América Latina en general dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de emprendimientos, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares, que deben ser identificados, como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales.

En algunos casos, visitas técnicas a predios rurales para realizar un diagnóstico se convierten en el descubrimiento de un sitio con potencial Agroturístico. A partir de la información proporcionada por el diagnóstico se formula el proyecto y se emprende un nuevo rumbo económico agregado a las demás actividades de la finca o hacienda.

En la mayoría de la población se ha centralizado en el desarrollo del turismo netamente dicho dejando en gran porcentaje las actividades agropecuarias, debido a este tipo de concentración es que la mayoría de los insumos que se emplean en la gastronomía los costos son excesivamente elevados, a demás la juventud actual no tienen los incentivos necesarios para el desarrollo de potencialidades agrícolas que permitan la diversificación de producción, la que generaría como resultados disminución en costos de los insumos y por ende disminución en costos de gastronomía.

A demás la mayoría de negocios que se emprenden están relacionados con la elaboración de artesanías, comercios de ropa confeccionada, servicios varios y según el Instituto de Estadísticas y censos solamente el 10% de la población se dedica a actividades agropecuarias; con estos antecedentes se hace necesario diseñar un plan de desarrollo agroturístico que permita la diversificación de las actividades económicas en la comunidad de Montañita; dentro de este plan deberá estar como objetivo principal concientizar a la comunidad joven en lo importante que se convierte para esta comuna el desarrollo del sector agroturístico, ya que es una prioridad en el plan de desarrollo del buen vivir 2009 – 2013 y en el plan de desarrollo estratégico de la península de Santa Elena.

Todos estos antecedentes me sirven como base fundamental para la recopilación de información suficiente, para la aplicación metodológica, y la presentación eficiente de los resultados que me permiten diseñar estrategias para el desarrollo del plana ejecutar.

CAPÍTULO II

2.1 VALIDACION METODOLOGÍA, PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

Este trabajo de investigación permite aplicar un estudio de tipo descriptivo, el mismo que delimita los hechos que conforman el problema de investigación, por lo tanto es posible:

- Determinar el número de habitantes de la comuna objeto de investigación, edad, actividad, género, estado civil.

- Identificar formas de conductas y actitudes de personas tanto locales, nacionales e internacionales que desarrollan actividades productivas en la comuna.

- Establecer comportamientos de los turistas al disfrutar de la oferta turística que promociona la comunidad

El estudio descriptivo identifica las características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establecer comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación, de acuerdo con los objetivos planteados señalamos el tipo de investigación a desarrollar.

Por medio de la aplicación del método de observación y mediante la aplicación de técnicas adecuadas como las encuestas y entrevistas se recopiló la información necesaria, para ser sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico, lo que permitió tomar decisiones acertadas respecto a la propuesta a desarrollada.

La observación es el procedimiento mediante el cual la investigación científica permite reacondicionar y recopilar información que muchos profesionales se olvidan al emplear el método de observación como método de conocimiento por el cual puede obtenerse información primaria de buena calidad, se la utiliza por que supone condiciones especiales en su empleo.

- El método de observación debe servir para lograr los resultados de los objetivos planteados en la investigación.

- Debe ser planteada de una manera sistemática. El investigador debe definir que quiere observar y cuáles son sus posibles resultados.

- Por ello quien observa debe conocer a fondo el marco teórico sobre el cual se fundamenta la investigación.

La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva a un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tienen como objetivo llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo que está con las partes, a partir de verdades particulares, concluimos en verdades generales.

Lo anterior señala que fundamentalmente la inducción, a pesar de tener como referencia premisas verdaderas, podrá llegar a conclusiones cuyo contenido es más amplio que el de la premisas desde las cuales inicia el análisis del problema de investigación. De este modo, el argumento inductivo se sustenta en la generalización de propiedades comunes a casos ya observados.

El método de inducción permitió observar la alta concentración que el talento humano le ha puesto al desarrollo del turismo, olvidándose de otro tipo de actividades productivas ancestrales que permitan abaratar el costo de los insumos que consume la industria del turismo, esto abre la posibilidad de generar fuentes de empleo y abaratar los costos de los productos terminados y tanto el turismo como el agro turismo se estarán complementando constantemente lo cual dará como resultado un bajo costo del servicio y un incremento del agroturismo y otras actividades complementarias que serán necesario desarrollarlas.

El método de análisis permitió determinar la realidad, con base en esta información sintetizar y aplicar estrategias que verdaderamente accedan lograr el cambio y el desarrollo que tanto desea, la comunidad, la parroquia, el Cantón, la Provincia y el País.

El análisis descompone el todo en sus partes y las identifica, mientras que la síntesis relaciona los elementos componentes del desarrollo agroturístico o problema objeto de estudio y crea explicaciones a partir de su estudio.

La fuente de información de la que inicialmente recopilé datos, fué la secundaria, pues aprovechamos el interés que el país y la provincia tienen en priorizar el

desarrollo del agroturismo y de otras alternativas turísticas, debido a este interés hay la suficiente información bibliográfica actualizada que permitió actualizar el tema de investigación y abaratar el costo que demanda la misma. Esta información se encontró en textos revistas especializadas, documentos, prensa e internet.

La segunda fuente de información que utilicé es la fuente de información primaria, ya que una vez que optimicé la información secundaria, desarrollé un cuestionario que me permitió recopilar datos en el sitio, como también realicé entrevistas a los directivos de la comuna, como a personas importantes que han incursionado en el desarrollo comunal. Dentro de las fuentes primarias a utilicé la observación, las encuestas, cuestionarios, entrevistas y sondeos de opinión.

Una vez compilada la información con los diferentes instrumentos utilizados apliqué el sistema Excel para la codificación y tabulación, me apoyé de la escala de Liker para darle una valoración a los resultados obtenidos, esto me permitió clasificar y ordenar la información en tablas y gráficos.

2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para este trabajo de investigación se utilizaron dos tipos de encuestas como técnica principal de investigación, la primera dirigida a los trabajadores agrícolas y de la misma manera un formato diferente se aplicó a los habitantes de la comunidad que se dedican a las diversas actividades turísticas. Esto permitió reunir información complementaria para el desarrollo del estudio, mientras que la

estructura de la encuesta, se basó en una lista formal de preguntas que se les formularon a todos los participantes por igual.

Con la finalidad de seleccionar información significativa diseñé un cuestionario de entrevistas direccionados a las autoridades de turismo del cantón y de la comunidad, el mismo que tuvo mucha aceptación, para poder tabular esta información una vez recopilada la información se aplicó la escala de Liker.

UNIVERSO Y MUESTRA

FÓRMULA PARA LA POBLACIÓN INFINITA

Fórmula para la determinación de la muestra probabilística estratificada

$$N = \frac{N(p.q)}{(N-1)(e/k)^2 + p.q}$$

Donde:

$$N = 400$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = \text{Margen de error} = 0.05$$

$$k = 2$$

$$N = \frac{400(0.50 \cdot 0.50)}{(400-1) \frac{(0.05/2)^2}{0.25} + 0.50 \cdot 0.50} = \frac{100}{(399) \cdot (0.000625) + 0.25}$$

$$= \frac{100}{0.499375} = 200,250$$

$$N = 200 \text{ Encuestas} \quad F = n/m \quad 200/400 = 0.5$$

TABLA N ° 1.

ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA

ESTRATO	ELEMENTOS	CUPO
AGRICULTORES	68 X 0.5	34
TURISTAS	102 X 0.5	53
AUTORIDADES	30 X 0.5	15
		102

Fuente: Comuna Montañita, Fincas del Sector, Turistas, etc.
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Las visitas hechas a esta comuna facilitaron observar y comparar la incidencia e impacto de la concentración de los habitantes en las actividades turísticas y de los fenómenos socioculturales que modifican temporalmente las condiciones de vida de la región.

Las distintas entrevistas de carácter abierto que se llevaron a cabo a lo largo del mes de Octubre, incluyeron tanto a hombres como mujeres, jóvenes, adultos y ancianos. En numerosas ocasiones el tiempo y lugar de conversación y relaciones estuvo supeditado por las actividades cotidianas de los comuneros y comuneras. Generalmente se usó el día para participar en las actividades domésticas, comerciales, artesanales de las mujeres; y la noche, los fines de semana y los centros nocturnos en el caso de los jóvenes y los turistas extranjeros.

2.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El total de habitantes que tiene la comunidad de Montañita según el último censo del INEC señalan 1,000 habitantes, el número de encuestas realizadas en esta investigación suman un total de 200, resultados de la aplicación de la fórmula para la determinación del número de encuestados, de las cuáles el 40% fueron tomadas a los habitantes de la comuna Montañita y el resto a turistas de diferentes partes del Ecuador y el mundo.

Los lugares estratégicos para la realización de las encuestas fueron:

Las fincas de las diferentes familias registradas en el listado y que están dispuestos a que se los incluya dentro del plan de desarrollo agro turístico que se adjunta. La playa de Montañita, donde se pudo recopilar información de manera directa a los turistas nacionales y extranjeros, según el cuestionario diseñado con preguntas cerradas, otro lugar estratégico para la recolección de información fueron los grandes y pequeños restaurantes de funcionamiento asentados en la zona céntrica de la Comuna Montañita, los propietarios estuvieron bastantes colaboradores en el momento de desarrollo de la encuesta.

Con la finalidad de analizar las perspectivas de las autoridades de turismo de la provincia de Santa Elena, se diseñó una entrevista con preguntas abiertas, las que tuvieron mucha aceptación de los entrevistados.

A continuación se detallan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas:

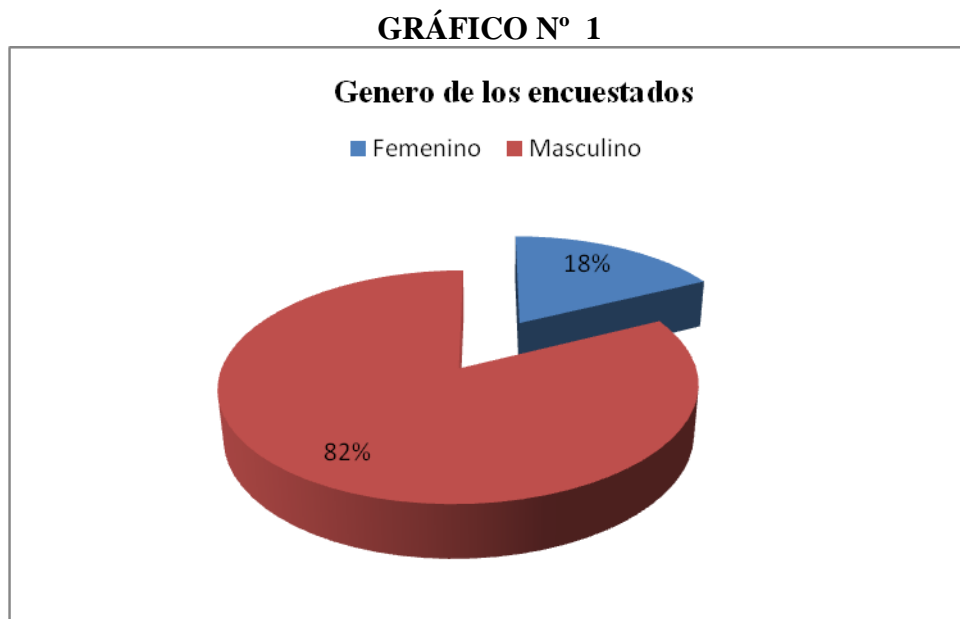
TABLA 2. FINQUEROS DE MONTAÑITA

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	ACTIVIDAD
1	Sr. Leonardo Rosales	Ganadero – Agrícola
2	Sr. Dionisio Yagual	Ganadero – Agrícola
3	Sr. Leandro Gonzales	Agrícola
4	Sr. Edmundo Limón	Agrícola
5	Sr. Enrique Limón	Agrícola
6	Sr. Primitivo Rosales	Agrícola
7	Sr. Sergio Del Pezo	Agrícola
8	Sr. Miguel Gonzales	Agrícola
9	Sr. Santos Olegario	Agrícola
10	Sr. Flavio Villao	Agrícola
11	Sr. Francisco Rosales	Agrícola
12	Sr. Maximiliano Rodríguez	Agrícola
13	Sr. Arsenio Rodríguez	Agrícola
14	Sr. Pedro Pinela	Agrícola
15	Sr. Pedro Pincay	Agrícola
16	Sr. Jefferson Baque	Ganadero – Agrícola
17	Sr. Marino Baque	Ganadero – Agrícola
18	Sr. Nemesio Salinas	Agrícola
19	Sr. Alfredo Yagual	Ganadero – Agrícola
20	Sr. Joaquín Apolinario	Agrícola

Fuente: Comuna Montañaíta y Finqueros del Sector (Octubre del 2012)
Elaborado por: Alex Limón Rosales, (Octubre del 2012)

2.3.1 ENCUESTAS A FINQUEROS DEL SECTOR

1.- SEXO



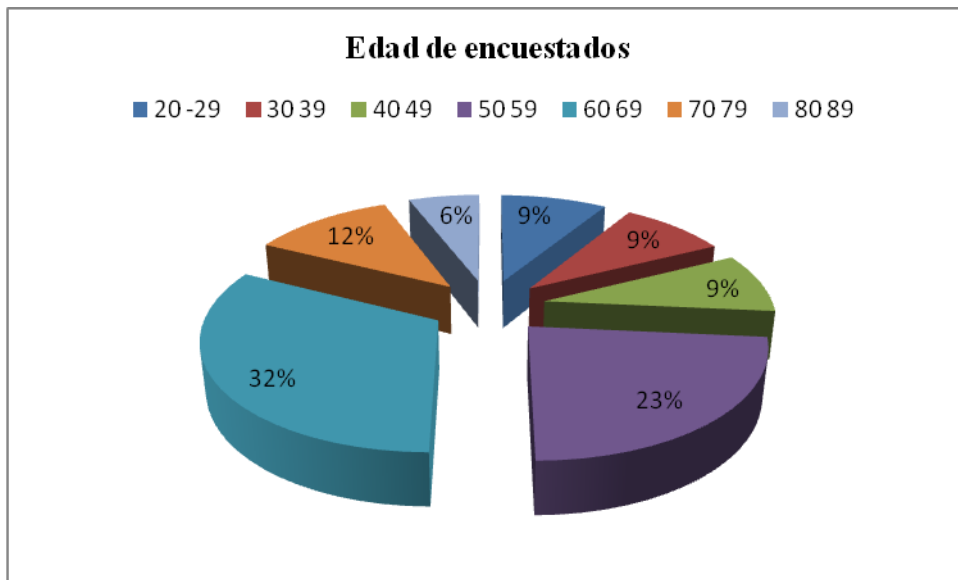
Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

De las encuestas realizadas a agricultores se observa, en el gráfico 1 y tabla 3 que se encuentra en anexos, que el 82% son hombres que se dedican a labores agrícolas ancestrales apoyados por el 12% de mujeres que generalmente son las esposas.

Este resultado nos indica de que el porcentaje de agricultores que se comprometen a participar en el plan es un porcentaje bastante elevado que desde luego dará resultado exitoso al mismo

2. ¿EDAD?

GRÁFICO 2



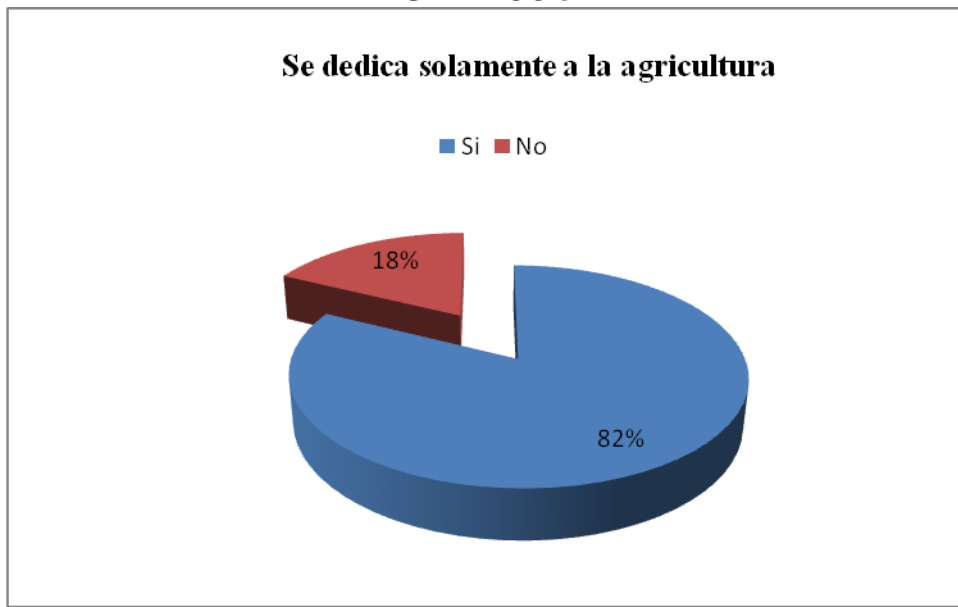
Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

La edad de los encuestados según el gráfico 2 y la tabla 4, indica que el 32% está en el rango entre 60 – 69 años, seguidos por el 23% de personas de entre 50 – 59 años, continúa el 12% en el rango entre 70-79 años.

La experiencia en cuanto a la edad de las personas participantes nos indica de que es bastante elevada, además puedo concluir el compromiso que adquieren en la ejecución del plan.

3. ¿SE DEDICA SOLAMENTE A LA AGRICULTURA?

GRÁFICO 3



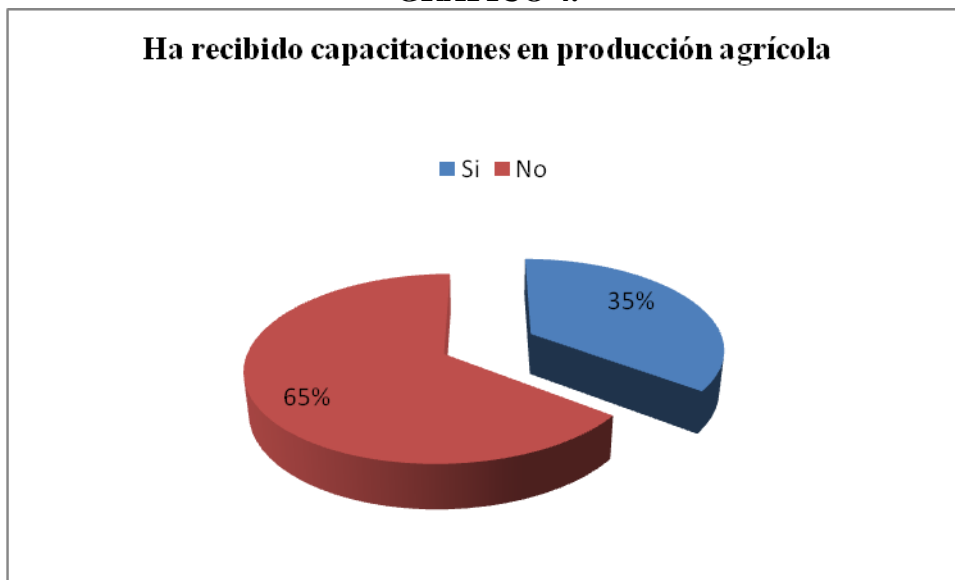
Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

En la pregunta respecto a las actividades que se dedican los agricultores, el 82% desarrollan actividades agrícolas y el 12% a otras actividades, esto observamos en el gráfico 3 de la tabla 5.

El porcentaje de personas dedicadas a la agricultura desean también diversificar y tecnificar sus actividades agrícolas con la finalidad de que sus ingresos mejoren y como resultado el mejoramiento de la calidad de vida

4. ¿HA RECIBIDO CAPACITACIONES EN PRODUCCIÓN AGRÍCOLA?

GRÁFICO 4.



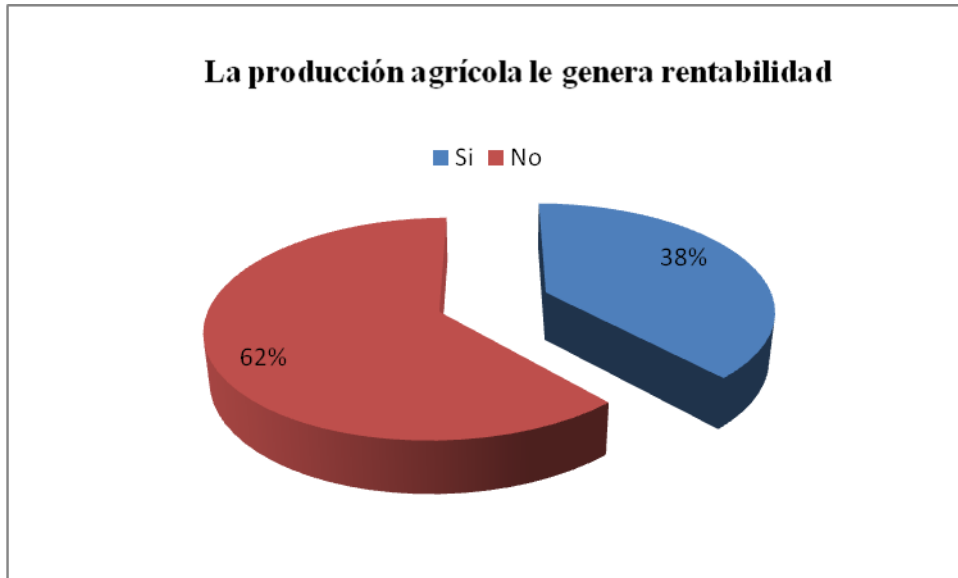
Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

En el gráfico 4 de la tabla 6 que se encuentra en los nexos, nos indica, que el 65% de los agricultores no ha recibido capacitación alguna en el mejoramiento de la producción agrícola y un 35% sí ha recibido pero están dispuestos a actualizar esos conocimientos.

Este resultado que observamos nos compromete a gestionar ante los órganos competentes una capacitación específica inicial en desarrollo agrícola y posteriormente capacitación en el área agroturística.

5. ¿LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA LE GENERA RENTABILIDAD?

GRÁFICO 5



Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Lamentablemente, la rentabilidad que genera la producción agrícola no es optimizada debido a que las vías para sacar los productos y comercializar no se los permite, esto se observa en el gráfico 5 y tabla 7, que indica que el 62%, no le genera rentabilidad y al 38% si, este porcentaje de insatisfacción es el que manifiesta la no aplicación de tecnologías y de métodos de conservación en los productos de ciclo corto.

Con este antecedente me comprometo a facilitar capacitación en cuanto a tratamiento y conservación de productos agrícolas de ciclo corto con la finalidad de que se apliquen procesos que permitan dar valor agregado a la producción, de tal manera que estos puedan ser comercializados a precios justos.

6. DE REALIZARSE UN PROYECTO DE AGROTURISMO EN LA COMUNIDAD EN EL CUAL LOS TURISTAS PUEDAN INTEGRARSE A SU CULTURA, TRADICIÓN Y COSTUMBRES. ¿LE GUSTARÍA PARTICIPAR?

GRÁFICO 6



**Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales**

En el gráfico 6 y tabla 8, respecto a la pregunta si le gustaría que los turistas integren sus culturas a la cultura local, el 79% indican que estarían gustosos de que se de esta situación, el 21% no.

Es necesario cambiar la mentalidad del 21% de negatividad que indica el resultado, fortaleciendo lo positivo, ya que el conocer las culturas de los turistas respecto a la gastronomía y formas de diversión nos dará la oportunidad de mejorar la calidad de los servicios que ofertamos.

7. SI SU RESPUESTA A LA ANTERIOR PREGUNTA ES AFIRMATIVA MARQUE QUE ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR EN DICHO LUGAR.

**QUE ACTIVIDADES TURISTICAS LE GUSTARÍA OFERTAR
GRÁFICO 7**



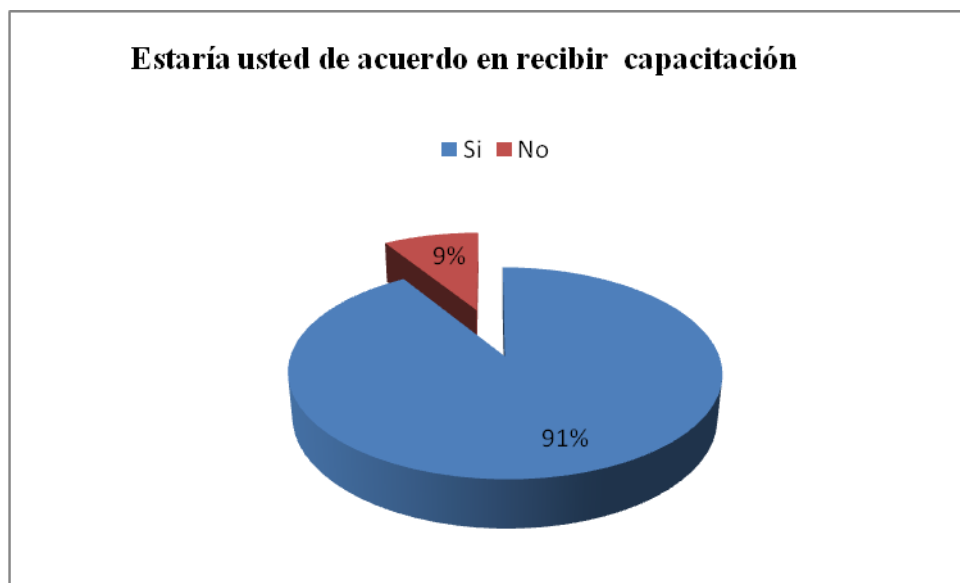
**Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales**

Respecto a las actividades turísticas que al nuevo ofertante de servicios turísticos le gustaría desarrollar, en el gráfico 7 y tabla 9 que se encuentra en anexos nos indica que el 35% se refiere al desarrollo de actividades de cultivos y cosechas de productos agropecuarios, el 29% no le gustaría desarrollar ninguna actividad, solamente le gustaría divertirse de diferente forma, al 18% le gustaría ofertar cabalgatas, el 12% actividades de camping y al 3% senderismo y al porcentaje restante avistamiento de aves.

Este resultado me indica de la diversificación de producto turístico que podemos ofertar en las fincas de los comuneros de Montañita.

8. ¿ESTARÍA USTED DE ACUERDO EN RECIBIR CAPACITACIÓN PARA DESARROLLAR ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS EN SU FINCA?

GRÁFICO 8



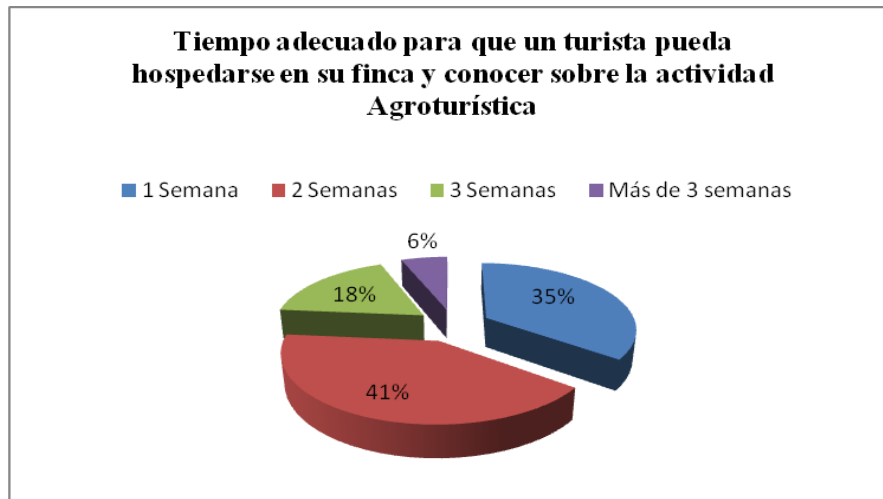
Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

En el gráfico 8 y tabla 10, respecto a la pregunta si estaría de acuerdo en recibir capacitación para desarrollo de actividades agroturísticas en su finca, los agricultores indican que el 91% está de acuerdo en recibir la mencionada capacitación y un 9% no está de acuerdo.

Con este resultado entiendo que el 91% está ávido de mejorar sus conocimientos en cuanto al emprendimiento de actividades agroturísticas, de igual manera lograremos que ese 9% que no demuestra interés en este tipo de conocimiento posteriormente se adhieran al gran grupo.

9. ¿QUÉ TIEMPO CONSIDERA USTED ADECUADO PARA QUE UN TURISTA PUEDA HOSPEDARSE EN SU FINCA Y CONOCER SOBRE LA ACTIVIDAD AGROTURÍSTICA?

GRÁFICO 9



Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Respecto a la pregunta, ¿qué tiempo considera usted adecuado para que un turista pueda hospedarse en su finca y conocer sobre la actividad agroturística?, el gráfico 9 y la tabla 11 en anexos, indica que el 41% cree que dos semanas son las necesarias, el 35% indica de que en una semana es la necesaria para conocer el desarrollo de actividades agroturísticas, el 18% está segura de que tres semanas son las básicas de capacitación, y el 6%, indica que deberán ser más de tres semanas las ideales para que se conozcan a la perfección el desarrollo de actividades agroturísticas.

Los porcentajes indicados por los agricultores indican la diversidad de tiempo que ellos consideran necesarios para la capacitación de desarrollo de actividades agroturísticas, estoy seguro que esos tiempos serán aplicados a los requerimientos de cada uno de estos resultados y se logrará determinar un tiempo estándar para una capacitación continua.

10. ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO EMPLEARÍA?

GRÁFICO 10



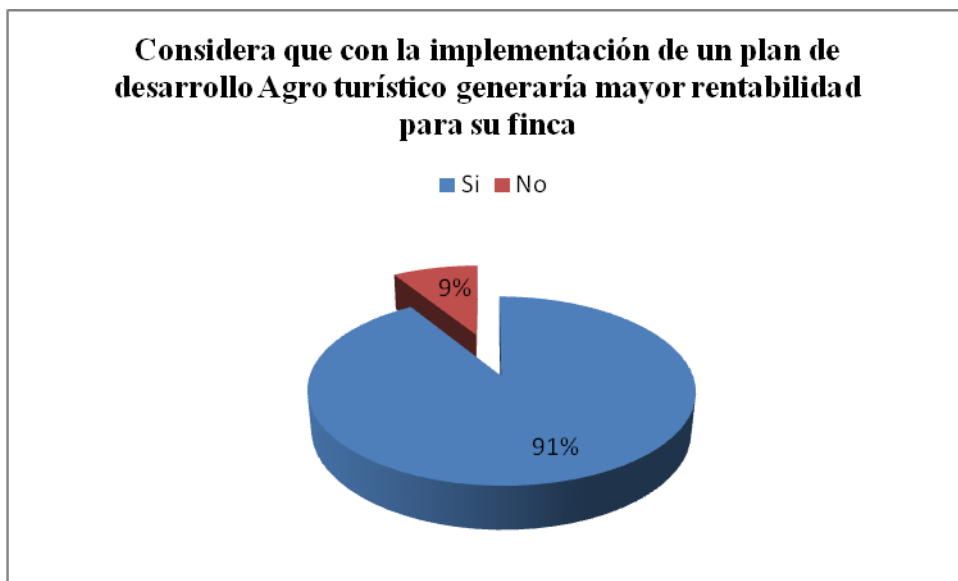
Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

En el gráfico 10, tabla 12, respecto a la pregunta que tipo de alojamiento desarrollaría el ofertante, el 62% indica que emplearía la casa de su propiedad, el 26% utilizaría cabañas comunitarias y el 12% lo haría en hostería.

Este resultado me indica los tres tipos de alojamiento que deberían desarrollarse y para los cuales el ofertante agroturístico necesitaría recibir capacitación.

11. ¿CONSIDERA QUE CON LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO AGROTURISTICO LE GENERARÍA MAYOR RENTABILIDAD PARA SU FINCA?

GRÁFICO 11



Fuente: Tabulación de Encuestas a Finqueros
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Respecto a la pregunta ¿considera que con la implementación de un plan de desarrollo agroturístico le generaría mayor rentabilidad para su finca?, en el gráfico 11, tabla 13, los resultados indican que el 91% asegura tendrán rentabilidad y un 9% de participantes está en duda.

Se trabajará para cambiar de criterio a ese 9% y que todo el grupo de participantes se contagien de un buen espíritu de emprendimiento para que el plan sea desarrollado de manera exitoso.

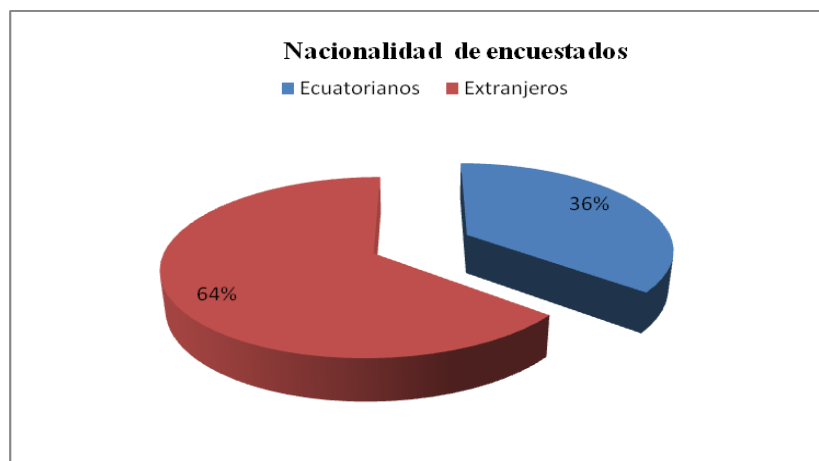
2.3.2 ENCUESTAS A TURISTAS DE MONTAÑITA

Los datos que se pudieron recopilar de las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros que se encuestaron el viernes 19 de octubre del 2012 en el levantamiento de la información fueron los siguientes.

1. DATOS GENERALES:

1.1 NACIONALIDAD

GRÁFICO 12



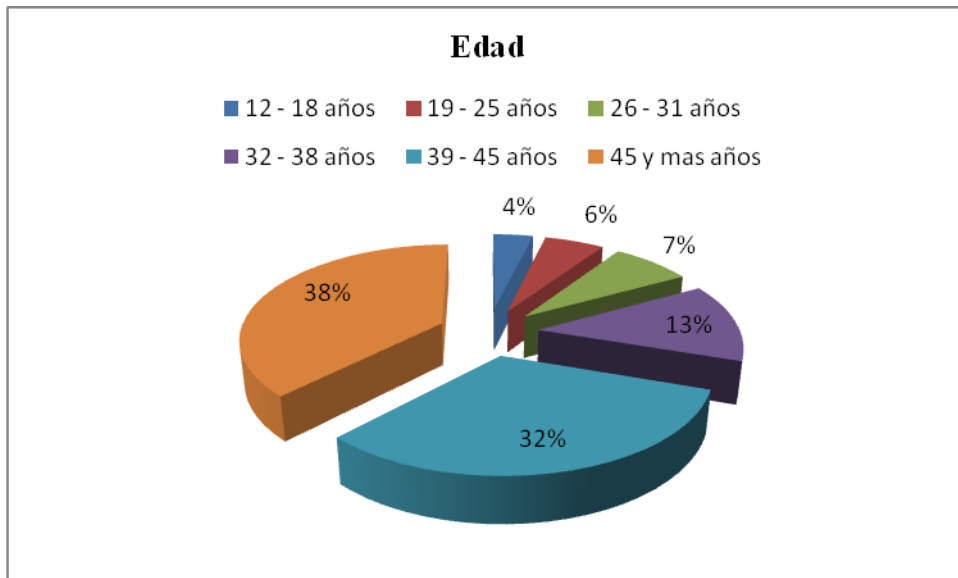
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Gráfico 12, tabla 14 en anexos, respecto a la pregunta nacionalidad de los encuestados, se observa que el 64% son de nacionalidad extranjera y que un 36% corresponde a turistas ecuatorianos, oriundos de las diferentes provincias.

El producto agroturístico a ofertar según el análisis del gráfico anteriormente indicado debe estar direccionado en la satisfacción específicamente del turista internacional ya que es el mayor demandante de este tipo de productos.

2. EDAD

GRÁFICO 13



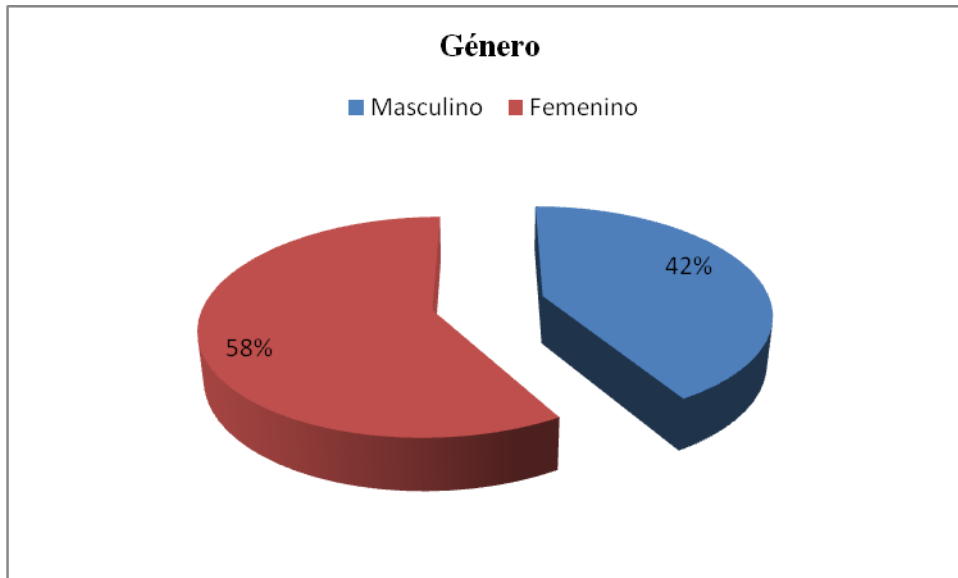
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

La edad de los encuestados se diversifica en los diferentes rangos, entre de 45 años y más el 38%, de 39 años a 45 un 32%, de 32 a 38 años el 13%, de 26 a 31 años el 7%, de 19 años a 25 el 6% y de 12 años a 18 el 12%, esto se observa en el gráfico 13, tabla 15 que ese encuentra en anexos.

Los productos agroturísticos a ofertar tienen diferentes segmentos de mercado por lo tanto deberá aplicarse una mayor diversificación para atender y satisfacer las necesidades de esos grupos demandantes.

3. SEXO (GÉNERO DEL ENCUESTADO)

GRÁFICO 14



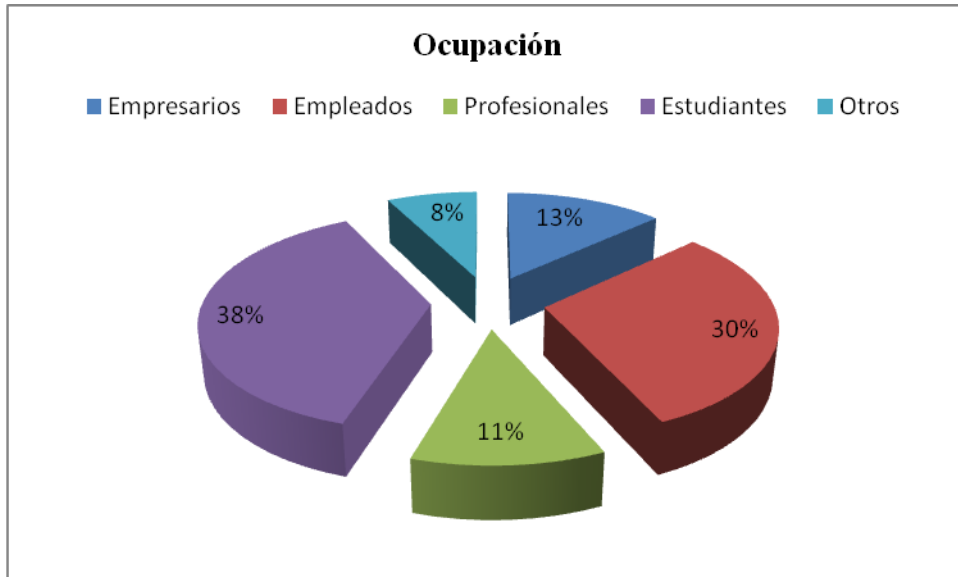
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

El género de los encuestados se observa en el gráfico 14, tabla 16, los resultados indican que el 58% de encuestados fueron de género femenino y masculino y el 42%.

Esto indica que los mayores demandantes de ofertas agroturísticas son las mujeres, por lo tanto los productos a ofertar deberán tener ese direccionamiento.

4. OCUPACIÓN

GRÁFICO 15



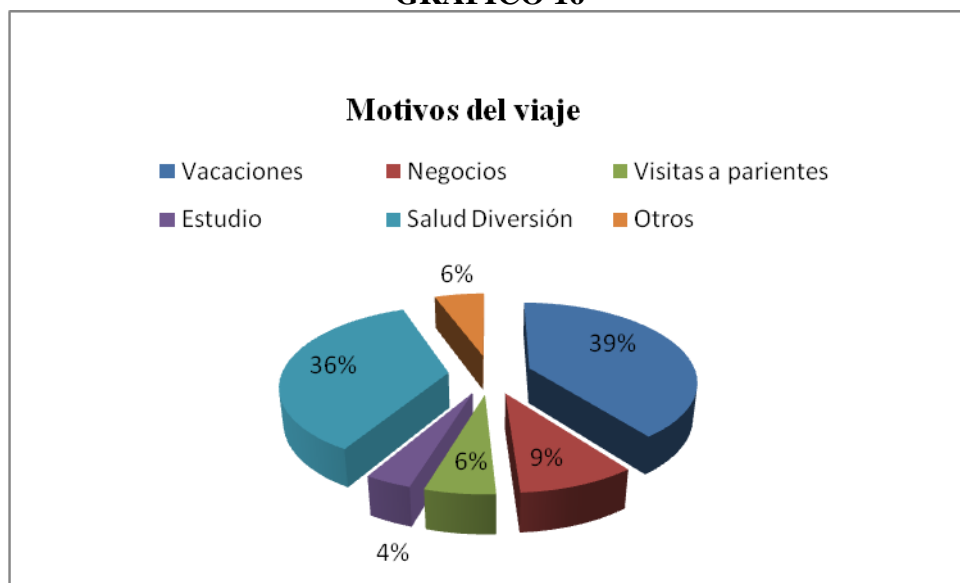
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Respecto a la actividades económicas en la que ocupan su tiempo los turistas, en el gráfico 15, tabla 17 se observa que el 38% son estudiantes, que el 30% son empleados, que el 13% son empresarios, que el 11% son profesionales y que el restante están clasificados como otras actividades.

Los productos a ofertar deberán tener un direccionamiento hacia grupos de jóvenes estudiantes con un ingreso medio hacia arriba, por lo tanto deberán ser comercializados a precios razonables, también el análisis indica que el 30% de los demandantes son personas empleadas y con un ingreso de la media hacia arriba que le gusta divertirse en vacaciones y los fines de semanas, también se deberá considerar este factor en los productos agroturísticos a desarrollar, hay un 13 % de empresarios, cuyos ingresos son altos que escatiman en el costo de los servicios, también hay un 11% de demandantes que están acostumbrados a consumir servicios de calidad.

5. ¿CUÁL FUE EL MOTIVO DE SU VISITA A LA COMUNA MONTAÑITA?

GRÁFICO 16



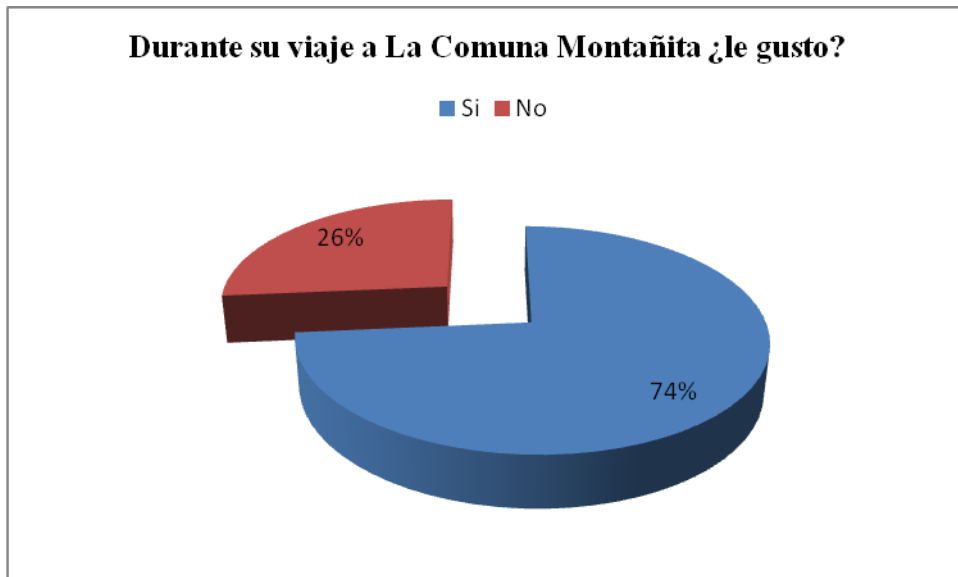
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Respecto a la pregunta, ¿cuál fue el motivo de su visita a la comuna Montañita?, en el gráfico 16, tabla 18 en anexos, indican de que el 39% viajó por vacaciones, que el 36% viajó por salud y diversión, que el 9% viaja por negocios, que el 6% viaja por visita a parientes y un 6% en otros y un 4% por estudios.

El 39% de vacaciones y el 36% por salud y diversión son porcentajes bastantes elevados que nos obligan a desarrollar productos para atender las necesidades de turistas vacacionistas y de turista que llegan a Montañita por salud y diversión.

6. DURANTE SU VIAJE CONOCIÓ LA COMUNA MONTAÑITA ¿LE GUSTÓ?

GRÁFICO 17



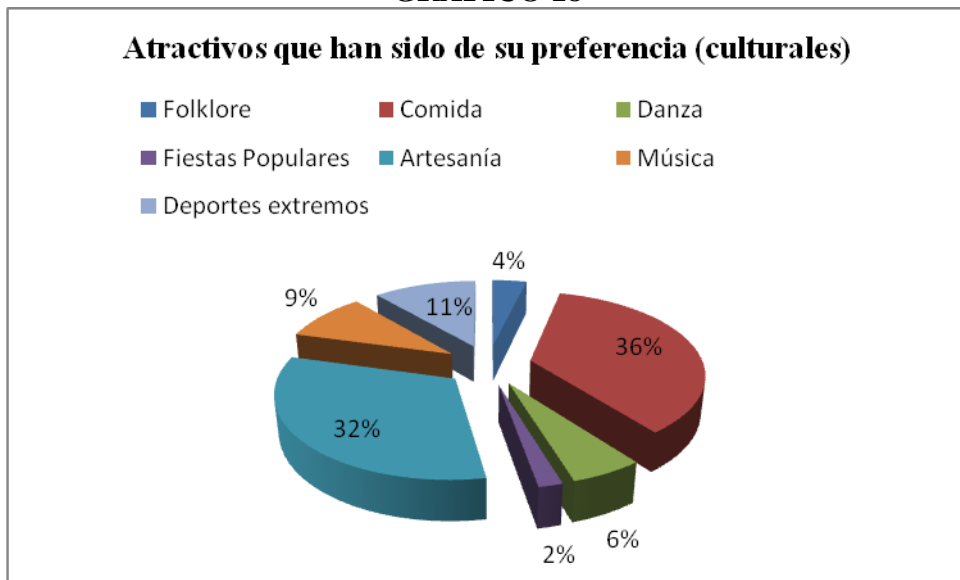
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Respecto a la pregunta, durante su viaje conoció la comuna montañita ¿le gustó?, en el gráfico 17 y tabla 19 se observa que el 74% de los turistas queda encantado de las maravillas que observa, pero que hay un 26 % que observa situaciones negativas.

La conclusión a la que nos lleva esta respuesta, es que debo de trabajar fuertemente con este grupo para poder hacer las adecuaciones necesarias para que este destino sea agradable a los demás turistas.

7. SI SU RESPUESTA FUE AFIRMATIVA, ¿QUÉ ATRACTIVOS HAN SIDO DE SU PREFERENCIA? (CULTURALES)

GRÁFICO 18



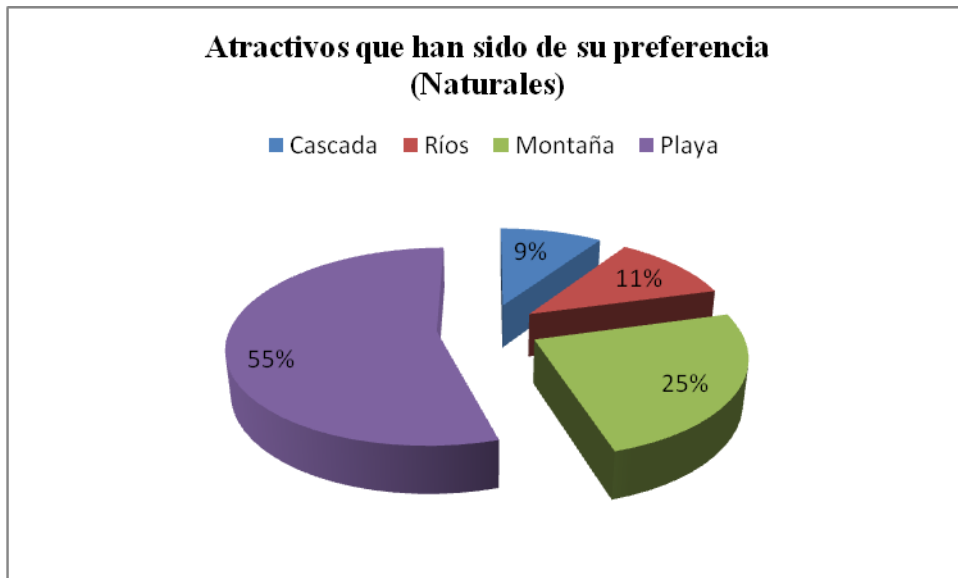
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

El gráfico 18 tabla 20 en anexos nos indica que un 36% tiene preferencia por la gastronomía, un 32% por las artesanías, un 11% por los deportes extremos, un 6% por la danza, un 4% por el folklore y un 2% por las fiestas populares.

Los gustos y preferencias de los turistas son más fuertes en gastronomía, artesanías y deportes extremos, dentro de la oferta agro turística, será bastante creativo en el desarrollo de estos productos.

8. ATRACTIVOS NATURALES

GRÁFICO 19



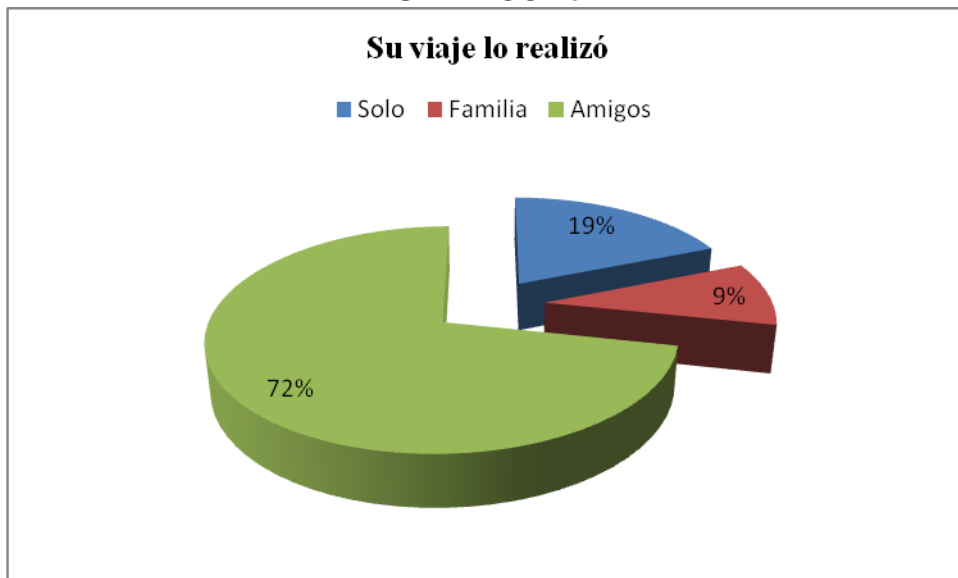
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

En cuanto a los gustos y preferencias sobre los atractivos naturales de su satisfacción el gráfico 19 y tabla 21 en anexos, nos indica que el 55% tiene mucha preferencia por la playa, 25% por las montañas, un 11% por los ríos, y un 9% por las cascadas.

Sin lugar a dudas la preferencia del turista son las playas, pero un servicio agroturístico bien difundido lograra cambiar los gustos y preferencias de los turistas, los resultados indican que hay trabajar fuertemente para lograr ese cambio en el en ese gran segmento del 55%

9. ¿SU VIAJE LO REALIZÓ?

GRÁFICO 20



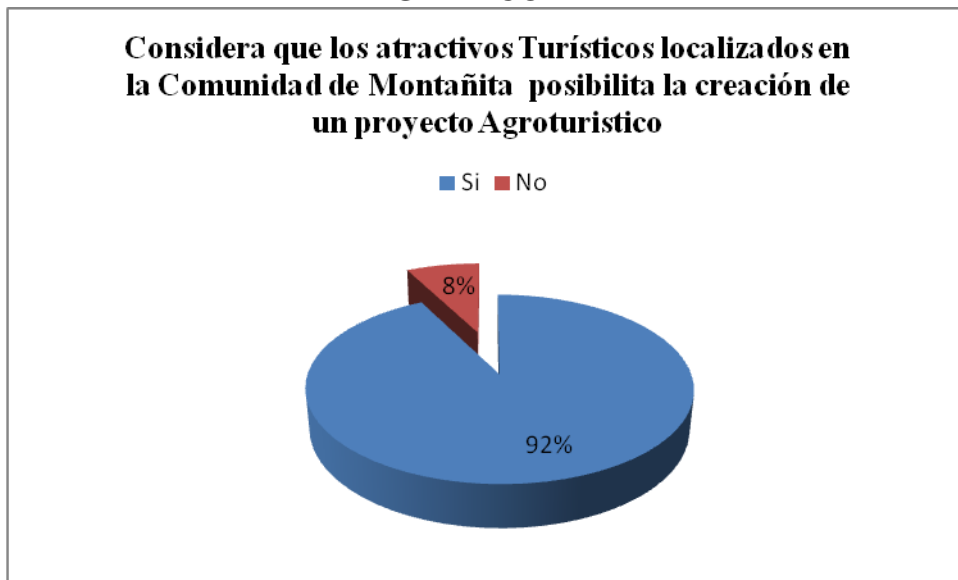
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

El gráfico 20 tabla 22 en anexos, nos indica que el 72% de los turistas viajan con grupos de amigos, el 19% lo realiza solo y un 9% viaja con familia.

El segmento de clientes que viajan en grupos y solos son la prioridad de los participantes del plan, a ellos con buena estrategias podemos direccionarlos al agroturismo.

10. CONSIDERA QUE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS LOCALIZADOS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA COMUNIDAD DE MONTAÑITA POSIBILITA LA CREACIÓN DE UN PROYECTO AGROTURÍSTICO.

GRÁFICO 21



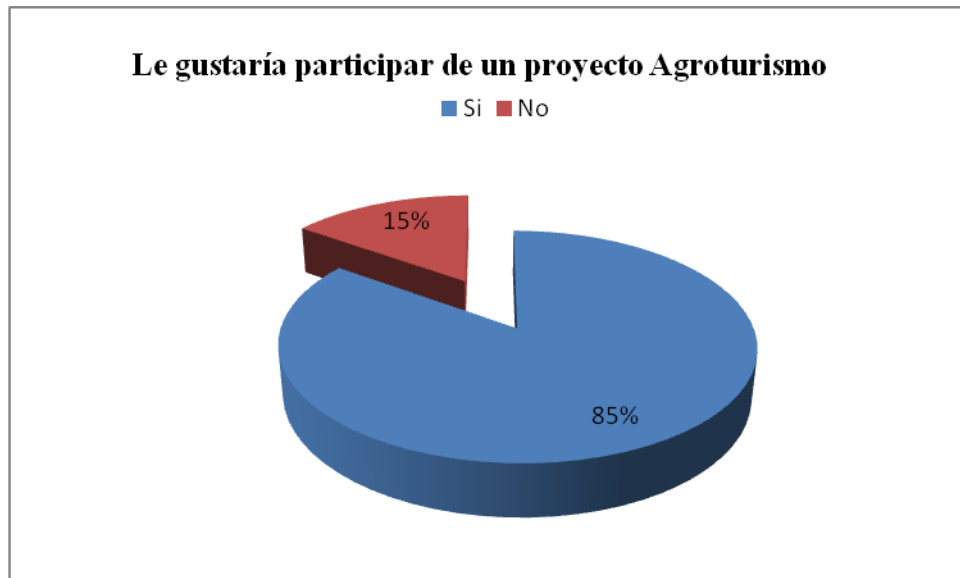
**Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales**

Respecto a la pregunta considera que los atractivos turísticos localizados en el área de influencia de la comunidad de montaña posibilita la creación de un proyecto agroturístico, los resultados del gráfico 21 y tabla 23 en anexos, nos indica que el 92% está seguro que los recursos posibilitan la creación de un plan agroturístico y solo un 8% de los turistas no está de acuerdo.

Este resultado es muy importante porque los turistas están a las expectativas de la creación de este plan, en espera de la diversificación no tan solo de actividades agroturísticas, sino la oferta que este sector daría a los turistas.

11. DE REALIZARSE UN PROYECTO DE AGROTURISMO EN LA COMUNIDAD MONTAÑITA EN LA CUAL LOS TURISTAS PUEDAN INTEGRARSE A SU CULTURA, TRADICIÓN Y COSTUMBRE. ¿LE GUSTARÍA PARTICIPAR?

GRÁFICO 22



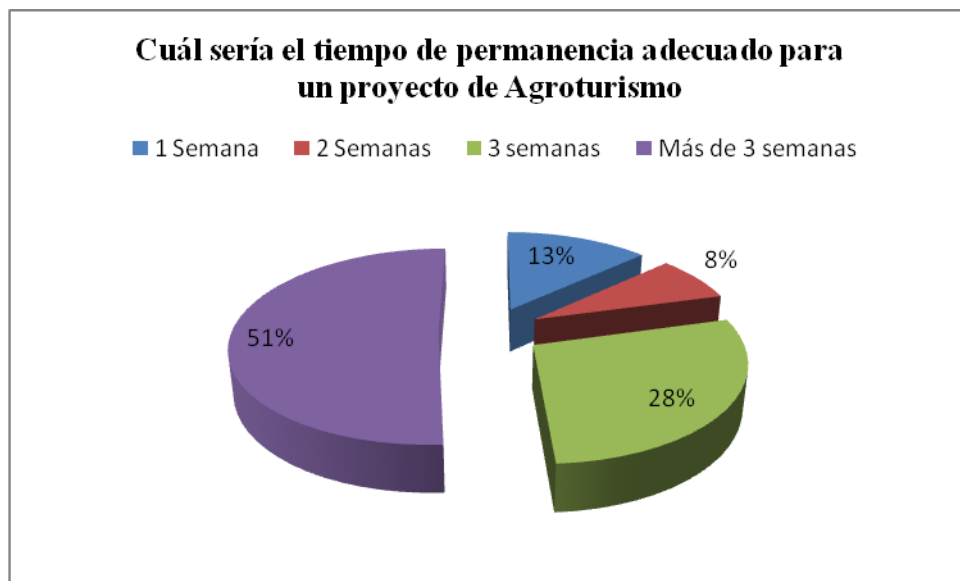
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

El gráfico 22 y tabla 24 de anexos, respecto a la pregunta, de realizarse un proyecto de agroturismo en la comunidad montañita en la cual los turistas puedan integrarse a su cultura, tradición y costumbre. ¿le gustaría participar?. El 85 de los turistas encuestados está dispuesto a participar en el plan, y un 15%, no le gustaría participar.

El turista nacional e internacional está dispuesto a participar en el desarrollo del plan, no solo como turista sino también como emprendedor, esto es importante para el creador del plan, puesto que la oferta agroturística sería de calidad.

12. ¿CUÁL SERÍA EL TIEMPO DE PERMANENCIA ADECUADO DE UN TURISTA PARA CALIFICAR UN SERVICIO AGRO TURISMO?

GRÁFICO 23



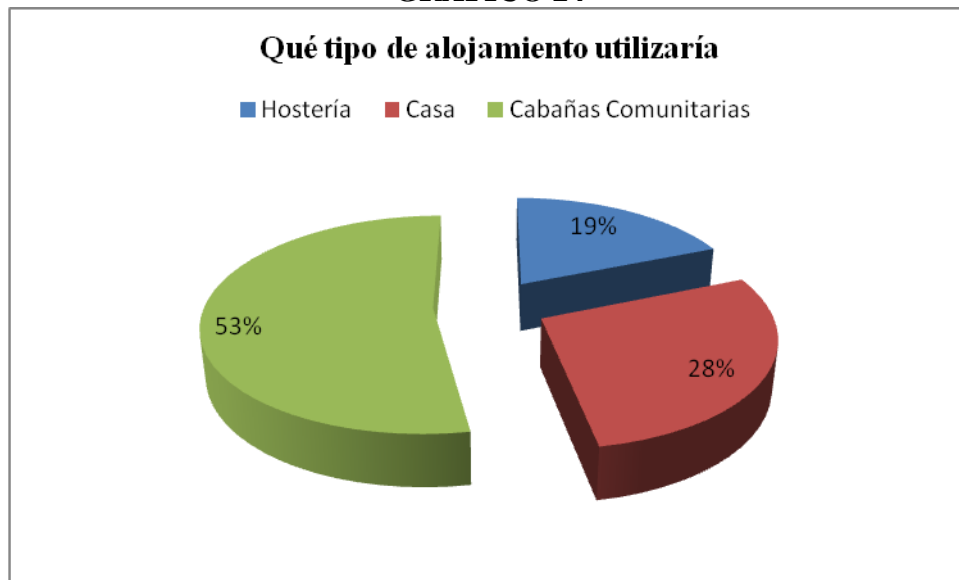
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

El gráfico 23 tabla 25 de anexos respecto a la pregunta ¿Cuál sería el tiempo de permanencia adecuado de un turista para calificar un servicio agroturismo?, nos indica que el 51% consideran que debe de ser más de tres semanas, el 28% tres semanas, el 13% una semana y el 8% dos semanas.

El tiempo de permanencia de un turista en una finca que oferta servicios agroturísticos, es importante para el desarrollo del plan puesto que este turista con una larga estadía en la finca se va a sentir encantado del servicio y posteriormente regresaría y nos haría un buen marketing, de boca a boca.

13. ¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZARÍA?

GRÁFICO 24



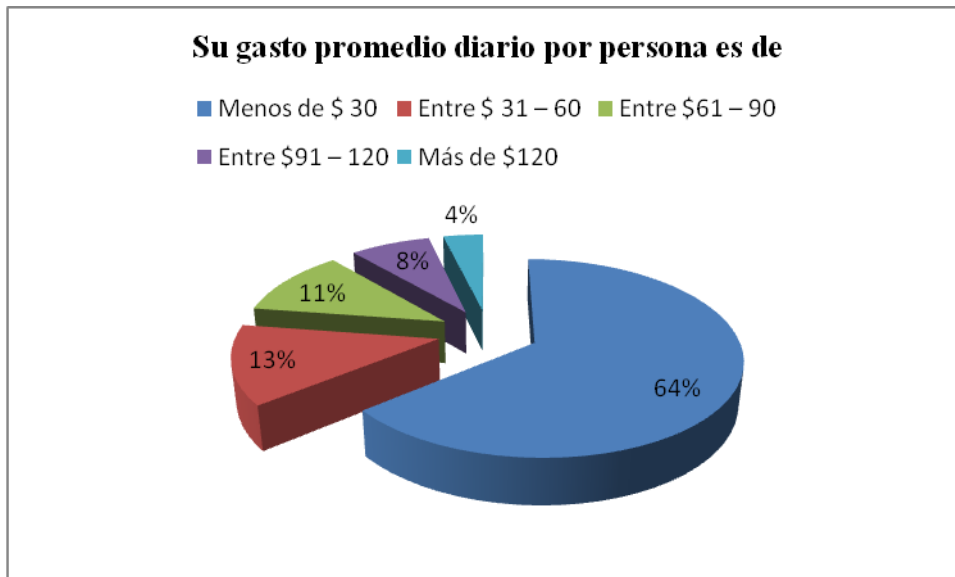
Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

Los resultados que se observan en el gráfico 24 y tabla 26 nos indican la preferencia del turista en cuanto al tipo de alojamiento que utilizaría, el 53% tienen preferencia por las cabañas comunitarias, el 28% por casas de familias y el 19% por hosterías.

Este resultado nos indica la gran preferencia que tiene el turista por las hospederías comunitarias, ya que este es un servicio medianamente desarrollado en las comunidades del Cantón Santa Elena, que falta mejorarlo, adecuarlo, darle valor agregado, con gran calidad para que sea comercializado a precios razonables,

14. SU GASTO PROMEDIO DIARIO POR PERSONA ES DE:

GRÁFICO 25



Fuente: Tabulación de Encuestas a Turistas
Elaborado por: Alex Limón Rosales

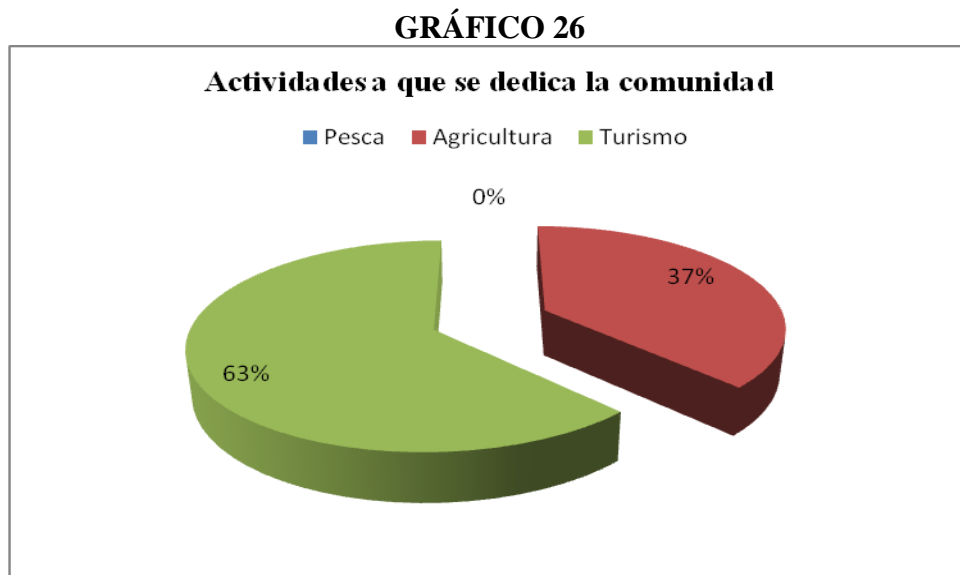
El gráfico 25 tabla 27 en anexos, respecto a la pregunta ¿Su gasto promedio diario por persona es de?, nos indica que el 64% tienen una capacidad de compra de menos de \$30, que un 13% tiene como gasto personal entre 31 y 60 dólares, un 11% entre 61 y 90 dólares, un 8% entre 91 y 120 dólares un 4% en más de 120 dólares diarios,

Este resultado me indica que el mayor segmento de turistas tiene un gasto diario menor a \$ 30, lo que sugiere que la oferta inicial deberá tener estos condicionantes para que el desarrollo del plan sea exitoso.

2.3.3 ENTREVISTAS A DIRIGENTES COMUNALES

Los resultados de las entrevistas a los dirigentes comunales se detallan a continuación:

1. ¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES NETAMENTE DE LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD Y A QUE SE DEDICAN EXCLUSIVAMENTE?



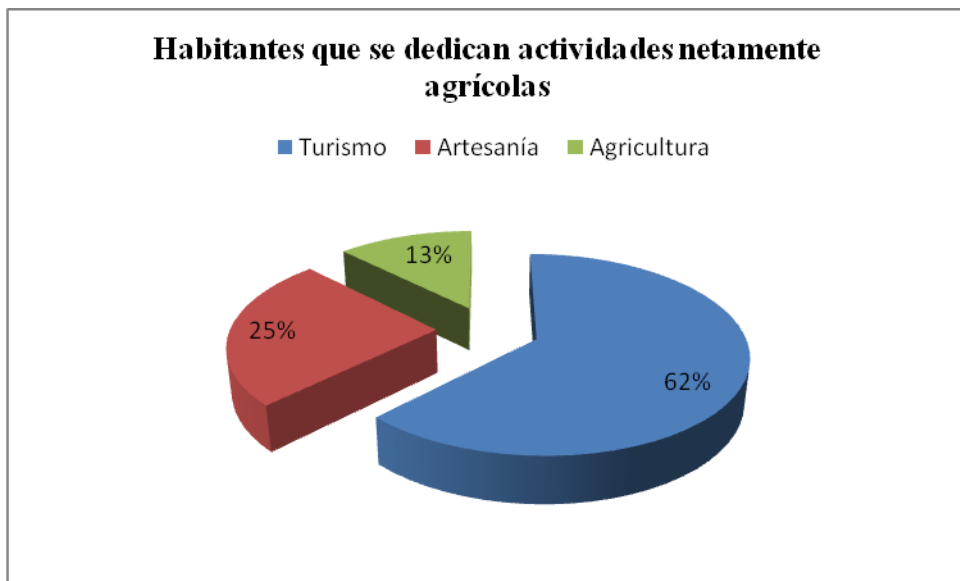
Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

En la pregunta a dirigentes comunales ¿Cuáles son las actividades netamente de los habitantes de la comunidad y a que se dedican exclusivamente?, el gráfico 26 y la tabla 28 que se encuentra en anexos indican que el 63% se dedican al turismo y el 37% a la agricultura, no hay población que se dedique a la pesca.

Esto indica que la gran mayoría se dedica a ofertar servicios turísticos, a quienes nos podríamos aliar para poder ofertar los productos agroturísticos, además nos servirían de canales de distribución para ofertar nuestras fincas,

2. CONOCE A PERSONAS O HABITANTES DE LA COMUNIDAD QUE TENGAN SUS FINCAS Y SE DEDIQUEN A ACTIVIDADES NETAMENTE AGRÍCOLAS Y A SU CRITERIO PODRÍA ENUMERARLAS O DECIRNOS CUANTOS EXISTEN.

GRÁFICO 27



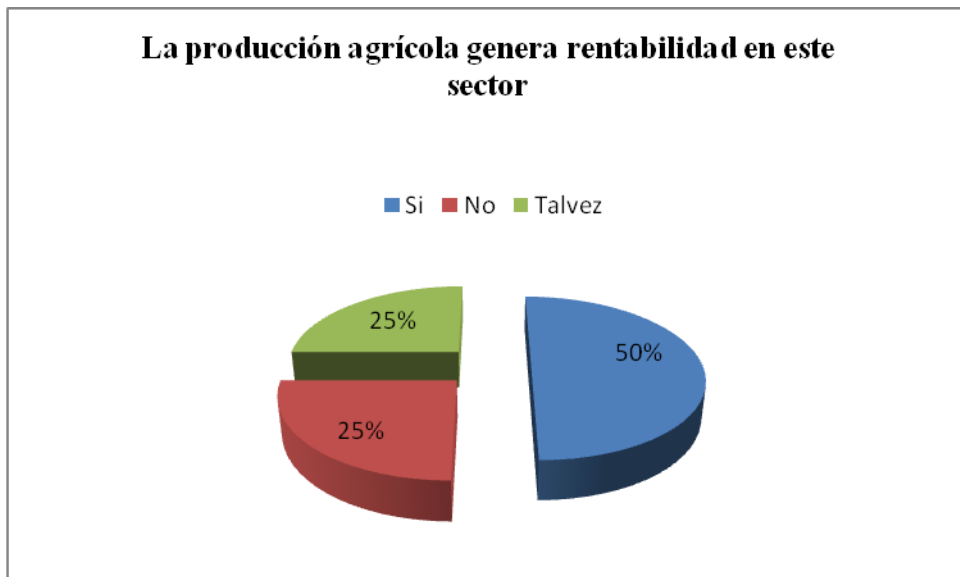
Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

El gráfico 27 y tabla 29, respecto a la pregunta ¿conoce a personas o habitantes de la comunidad que tengan sus fincas y se dediquen a actividades netamente agrícolas y a su criterio podría enumerarlas o decirnos cuantos existen?, nos indica que el 62% se dedica al turismo, que el 25% a las artesanías y que solo un 13% se dedica a las actividades netamente agrícolas.

Este 13% será nuestra gran fortaleza al implementar el plan ya que son los que se inician con el plan, para posteriormente ir atrayendo a los otros propietarios de fincas

3. ¿CONSIDERA USTED QUE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA EN ESTE SECTOR GENERA RENTABILIDAD?

GRÁFICO 28



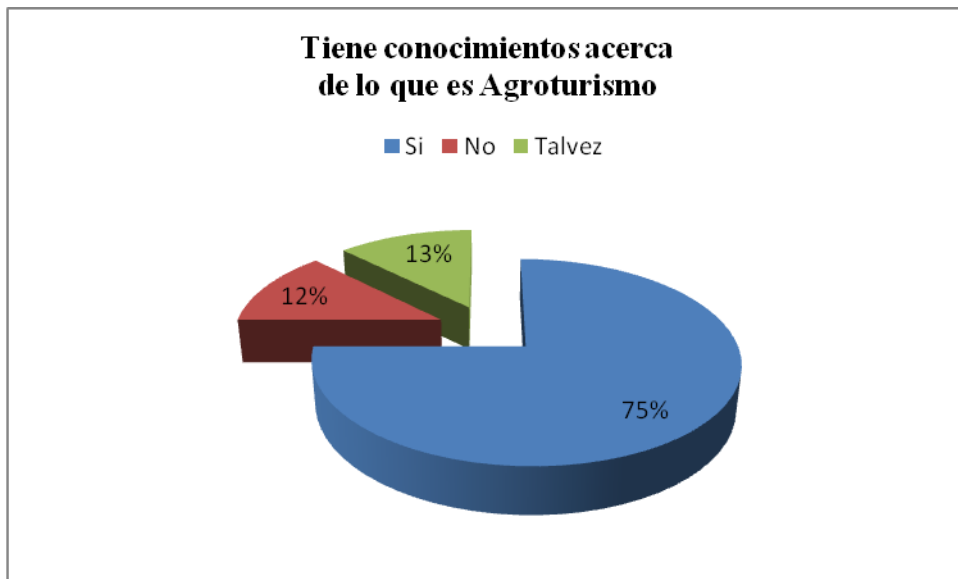
**Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales
Elaborado por: Alex Limón Rosales.**

El gráfico 28 y tabla 30 respecto a la pregunta considera usted que la producción agrícola en este sector genera rentabilidad?, el 50% consideran que si les genera rentabilidad, un 25% considera que esta actividad no genera rentabilidad y el restante indica que tal vez le genere rentabilidad,

La capacitación en cuanto a costos de producción es necesaria para estos dos segmentos de 25%, también para el gran grupo positivo, para que aprendan a optimizar los recursos y ser más competitivos.

4. ¿TIENE CONOCIMIENTOS ACERCA DE LO QUE ES AGROTURISMO?

GRÁFICO 29



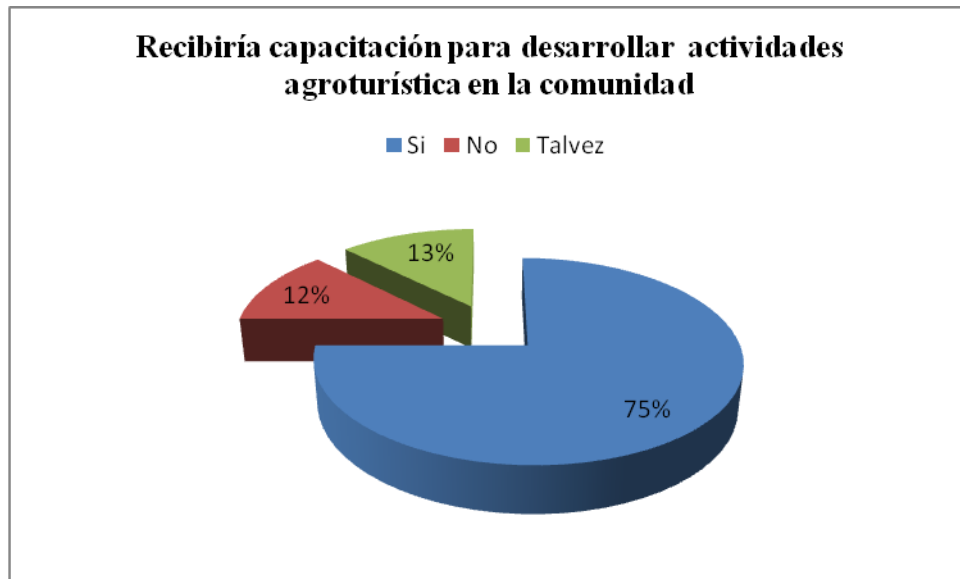
Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

¿Tiene conocimientos acerca de lo que es agroturismo?, respecto a esta pregunta el gráfico 29 y tabla 31, nos indica que el 75% si tiene conocimiento de lo que es agroturismo, el 13% cree que tal vez tengan conocimiento y que un 12% no tienen conocimiento.

Como se observa el gran porcentaje de la comunidad tienen conocimiento sobre agroturismo, por eso están dispuestos a participar en el plan.

5. ¿ESTARÍA USTED DE ACUERDO EN RECIBIR UNA CAPACITACIÓN PARA DESARROLLAR ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS EN LA COMUNIDAD?

GRÁFICO 30



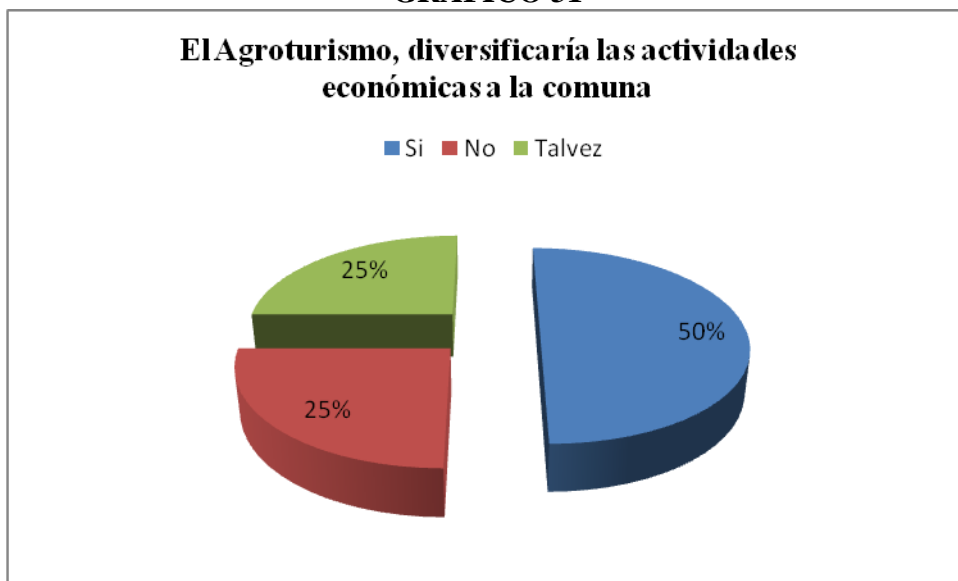
Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

Respecto a esta pregunta ¿Estaría usted de acuerdo en recibir una capacitación para desarrollar actividades agroturísticas en la comunidad? Se observa que el 75% está dispuesto a recibir capacitación, un 13% está en duda y un 12% no desea recibir capacitación, esto se observa en el grafico 30 y tabla 32 en anexos.

Ese gran porcentaje me compromete a gestionar las capacitaciones necesarias para convertir a estos agricultores en ofertantes de servicios de calidad

6. ¿CREE USTED QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO, DIVERSIFICARÍA LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS A LA COMUNA?

GRÁFICO 31



**Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales
Elaborado por: Alex Limón Rosales.**

Los dirigentes comunales respecto a la pregunta ¿Cree usted que la implementación de un plan de desarrollo agroturístico, diversificaría las actividades económicas a la comuna?, en el gráfico 31 se observa que el 50% está seguro que las actividades económicas se diversificarían, un 25% tienen el criterio de que no y el 25% restante está en duda.

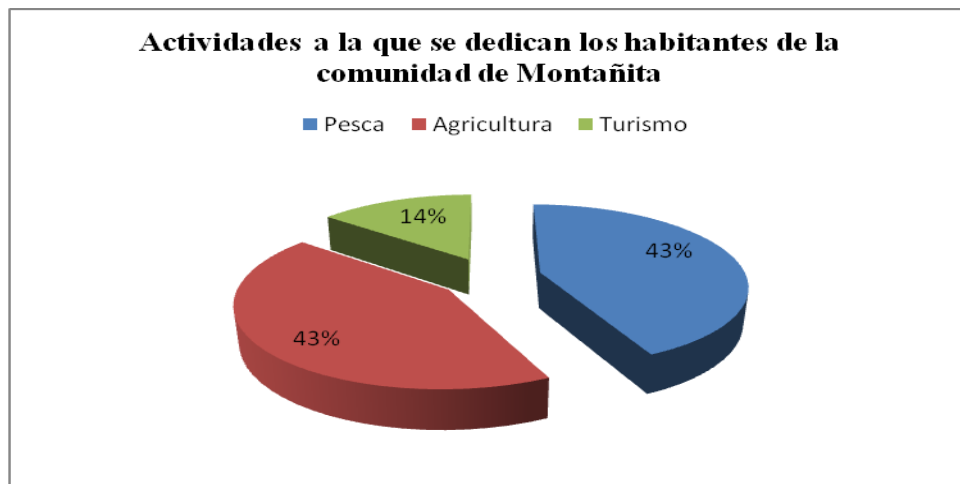
Hay que trabajar fuerte con este 50% para convencer a los negativos de que uniéndose podrán desarrollar buenas actividades.

2.3.4 ENTREVISTAS A AUTORIDADES DE TURISMO

Con la finalidad de que la información sea bastante significativa también se entrevistó a las Autoridades de turismo de la Provincia de Santa Elena, esta se describe a continuación.

1. ¿CONOCE USTED A QUE SE DEDICAN LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE MONTAÑITA?

GRÁFICO 32



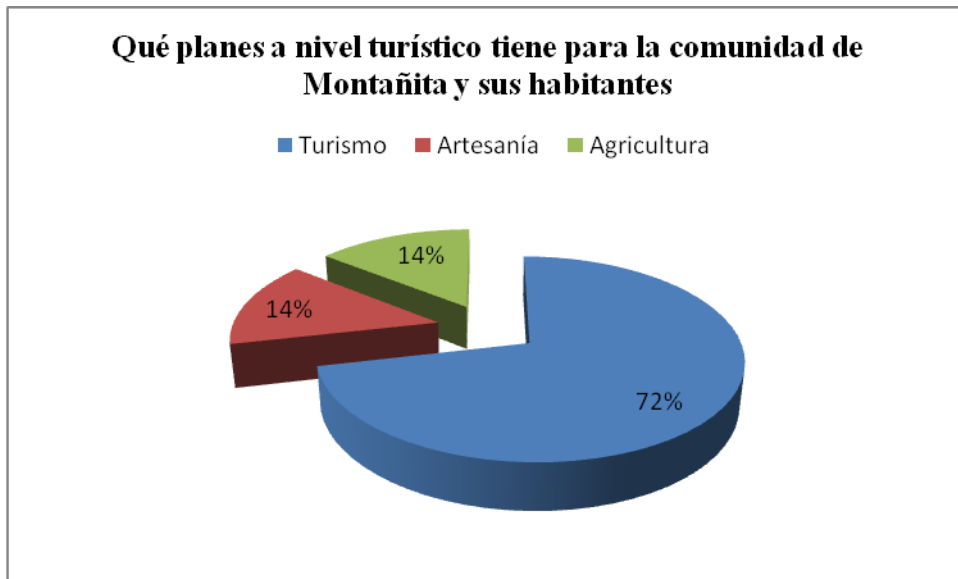
Fuente: Entrevistas a Autoridades de Turismo
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

Cuando se les pregunta a las autoridades de turismo de la Provincia, respecto a la pregunta ¿Conoce usted a que se dedican los habitantes de la comunidad de montañita?, los resultados se observan en el gráfico 32 y tabla 34 en anexos estos indican que el 43% a la pesca, el 43% a la agricultura y el 13 al turismo.

Las autoridades de turismo están conscientes que hay un gran potencial de población que se dedican a la agricultura y que el diseño del plan direccionaría a los otros finqueros a desarrollarse en actividades agroturísticas.

2. ¿QUÉ PLANES A NIVEL TURÍSTICOS TIENEN PARA LA COMUNIDAD DE MONTAÑITA Y SUS HABITANTES?

GRÁFICO 33



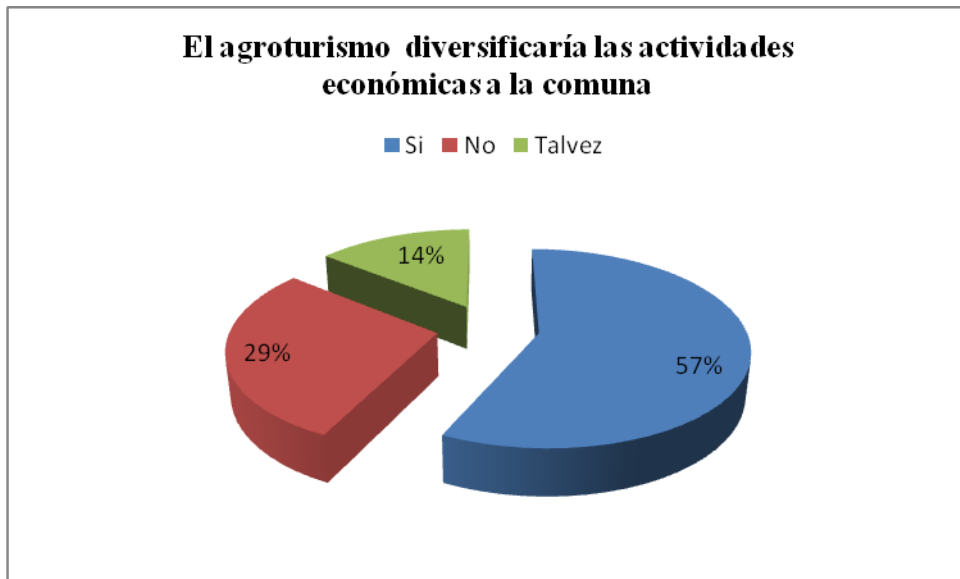
Fuente: Entrevistas a Autoridades de Turismo
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

Los directores de turismo respecto a esta pregunta ¿Qué planes a nivel turísticos tienen para la comunidad de montañita y sus habitantes? Las respuestas se observan en el gráfico 33 y tabla 35, el 72% son planes turísticos, el 14% son proyectos de agricultura y el restante 14% son proyectos de artesanía.

Esto indica que se deben desarrollar muchos proyectos agroturísticos para que las autoridades de turismo puedan gestionar recursos económicos para financiar los proyectos agroturísticos.

3. ¿CREE USTED QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO, DIVERSIFICARÍA LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS A LA COMUNA?

GRÁFICO 34



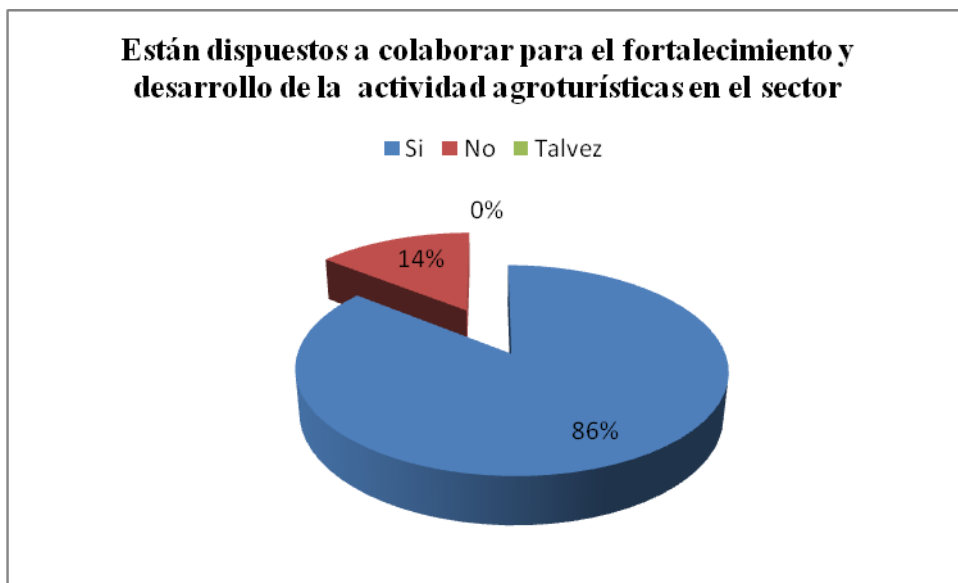
**Fuente: Entrevistas a Autoridades de Turismo
Elaborado por: Alex Limón Rosales.**

Cuando se les pregunta a las autoridades de turismo ¿Cree usted que la implementación de un plan de desarrollo agroturístico, diversificaría las actividades económicas a la comuna?, el 57% está seguro que las actividades agroturísticas se diversificarían, el 29% creen que las actividades no se diversificarían, y el 14% cree que tal vez se diversificarían.

Estamos seguros que estas respuestas son bastantes alentadoras, por que observamos el apoyo incondicional que nos darían las autoridades en el diseño e implementación del proyecto.

4. ¿CÓMO ENTES MEDIADORES DEL TURISMO ESTARÍAN DISPUESTOS A COLABORAR PARA EL FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD AGROTURÍSTICAS EN EL SECTOR?

GRÁFICO 35



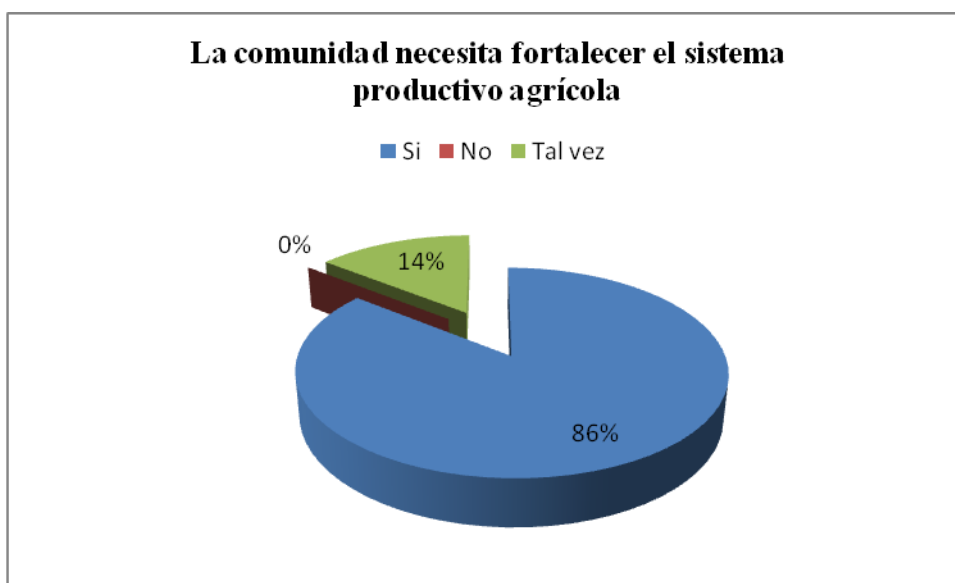
**Fuente: Entrevistas a Autoridades de Turismo
Elaborado por: Alex Limón Rosales.**

El gráfico 35 y la tabla 37 nos indican las respuestas de los directores de turismo cuando se les pregunta ¿cómo entes mediadores del turismo estarían dispuestos a colaborar para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad agroturísticas en el sector? El 86% se compromete a colaborar y el 14% no está dispuesto a colaborar.

Nuevamente en esta pregunta se observa el gran apoyo que darían las autoridades de turismo de la Provincia de Santa Elena

5. ¿CONSIDERA USTED QUE PARA PODER INCURSIONAR EN ESTA ACTIVIDAD AGRO TURÍSTICA, LA COMUNIDAD NECESITA REACTIVAR EL SISTEMA PRODUCTIVO AGRÍCOLA?

GRÁFICO 36



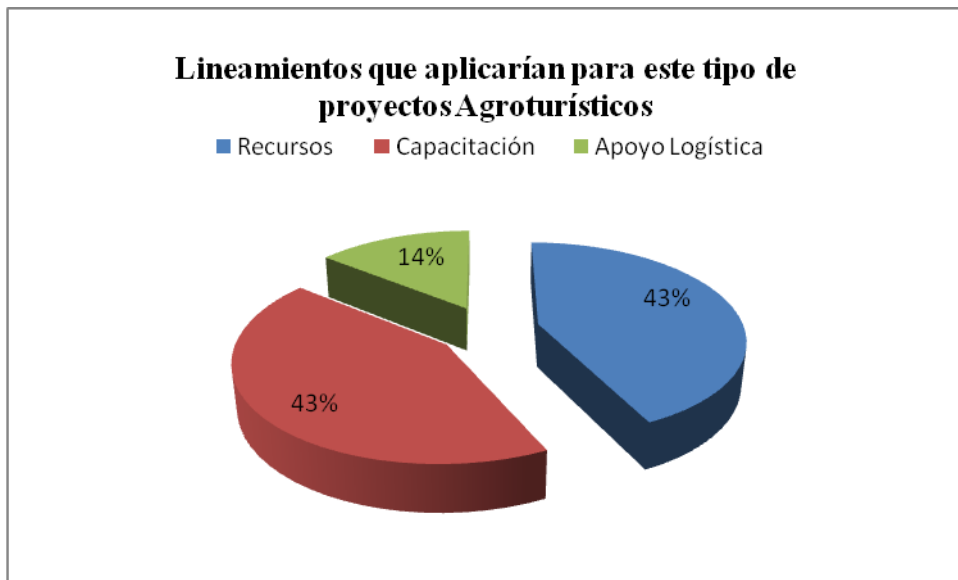
**Fuente: Entrevistas a Autoridades de Turismo
Elaborado por: Alex Limón Rosales.**

En el gráfico 36 y tabla 37 en anexos se observa la respuesta que los directores de turismo de la Provincia dan a la pregunta ¿considera usted que para poder incursionar en esta actividad agro turística, la comunidad necesita reactivar el sistema productivo agrícola?, el 86% está de acuerdo de que se necesita fortalecer el sistema productivo agrícola de la comuna, lamentablemente un 14% considera que no se debería fortalecer el sistema.

Estas respuestas nos aseguran que el diseño e implantación del plan será exitoso.

6. ¿CUALES SERIAN LAS ESTRATEGIAS Y LOS LINEAMIENTOS QUE APLICARÍAN COMO MEDIADORES DEL TURISMO PARA ESTE TIPO DE PROYECTOS?

GRÁFICO 37



Fuente: Entrevistas a Autoridades de Turismo
Elaborado por: Alex Limón Rosales.

¿Cuáles serían las estrategias y los lineamientos que aplicarían como mediadores del turismo para este tipo de proyectos?, las respuestas a esta pregunta se la observa en el gráfico 37 y tabla 39, el 43% aportaría con recursos diversos, el otro 43% aportaría con capacitación y 14 % apoyaría con logística.

Estas respuestas son fundamentales y me comprometen a realizar las cosas con mucha transparencia con todos los involucrados y iniciales y posteriores.

2.3.5 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Del análisis de los datos a través de las encuestas a finqueros del sector, se puede concluir que el mayor porcentaje de propietarios de fincas del sector están dispuestos a recibir capacitación para el diseño, la implantación y participación en un plan de desarrollo agroturístico, también están conscientes de que jamás han recibido capacitación en agroturismo y están seguros que la implementación del plan traería nuevas fuentes de empleo para los comuneros del sector y mejoraría la calidad de vida de los mismos.

También están dispuestos a utilizar sus propiedades, para que mediante una adecuación, capacitación, presten servicios de alojamiento, gastronomía y diversión en sus fincas.

Ellos piensan que el diseño del plan de desarrollo agroturístico diversificaría las actividades productivas de la comuna, así como también traería reducción de costos a los insumos que se utilizan en la gastronomía del sector, ya que el 100% de estos materiales son comprados en comunidades aledañas con un sobreprecio preocupante.

Esta diversificación de actividades productivas o mezclar las actividades del agro con el turismo generaría muchas fuentes de empleo y se retomaría actividades ancestrales de agricultura, las mismas que serán compartidas con los turistas nacionales y extranjeros que lleguen al sector.

En cuanto a la interpretación de resultados de las encuestas a turistas nacionales y extranjeros se puede inferir que la mayoría de turistas visita Montañita por gastronomía, diversión y entretenimiento, son grupos de amigos y familias que llegan con un presupuesto de 60 dólares diarios y que están dispuestos a regresar porque los productos que se ofertan están variando.

Los turistas tanto nacionales como extranjeros prefieren el servicio de alojamiento y gastronomía en las casas de familias, esta necesidad nos permite mezclar actividades del agro con el turismo, incluso se está solicitando experiencia en el campo, para que el turista pueda proveerse de las frutas de las fincas y compartir experiencias en el sector.

Las entrevistas a dirigentes comunales y directores de turismo de la Provincia, fortalecen la propuesta, porque están dispuestos a colaborar en todo sentido para la el diseño, implementación y desarrollo del plan, una de las autoridades nos supo indicar que es necesario que este plan, esté incluido en el Plan Operativo Anual (POA) de la Comuna Montañita para poder iniciar su diseño e implementación.

Una vez que se recopiló la información, esta se tabuló, lo que dio como resultado información significativa para la toma de decisiones ya que aplicando el programa Excel se obtuvo gráficos y tablas que permitió cuantificar los resultados.

Bajo estos resultados tomamos decisiones respecto a cómo diseñar el plan y que este en su ejecución sea cumplido en todo lo formulado.

CAPÍTULO III

DISEÑO ESTRUCTURAL DEL PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO PARA LA COMUNA MONTAÑITA

3.1 PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación incluye todos los productos agroturístico que se podrían desarrollar en la Comuna Montañita, ya que aprovechando el potencial y vocación de los pocos agricultores que están dispuestos a participar en el diseño de esta propuesta, la misma que contiene programas, proyectos, y señalamiento de los responsables en el cumplimiento de cada una de las actividades que se deberían desarrollar para lograr el objetivo planteado, este plan tiene como horizonte dos años de desarrollo para posteriormente integrarse a la red de agroturismo que ya la desarrollan la Provincia de Guayas y Los Ríos.

3.2 INTRODUCCIÓN

La ruta del sol, específicamente la Comuna Montañita, de la Parroquia Manglaralto. Cantón Santa Elena, posee un terreno propicio para el desarrollo agrícola y ganadero, su estratégica ubicación, la convierte en un área altamente transitada por turistas nacionales y extranjeros.

La Comuna Montañita, es una de las zonas rurales con mayor crecimiento turístico, cultural y económico, sin embargo sus sitios de interés no son lo suficientemente difundidos, según lo indica PLANDETUR 2020, el mismo que siquiere se realicen las gestiones necesarias para una eficiente difusión de los atractivos turístico.

El turismo es un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas comunales rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir el éxodo rural. Particularmente este fenómeno se desarrolla en la comuna Montañita de la Parroquia Manglaralto, Cantón y Provincia de Santa Elena.

“En forma particular, en los últimos años se ha venido desarrollando el fenómeno turístico que tiene como marco de realización el medio rural de y que está dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos” (Barrera, E. 2004, p. 3).

Este tipo de turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza, no obstante, el turismo no es la pócima para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales tienen potencialidades reales para llevar a cabo esta actividad, o requieren de elementos del entorno que lo favorezcan tales como la accesibilidad, la salubridad o la seguridad. Sería un error considerar el turismo como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local.

La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

Además de la luz que arroja sobre las oportunidades turísticas del territorio, esta evaluación permite asimismo superar obstáculos importantes y evitar muchos inconvenientes. Por ejemplo, una visión errónea del potencial turístico local puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación, degradación de los sitios naturales), sobre la cultura (pérdida de la identidad local), o sobre la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de la vida, endeudamiento de los municipios). Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta turística local original que permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel; “el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda” (Barrera E, 2006, p. 8).

Aunque no ofrezca datos absolutamente fiables sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio de la comuna Montañita, constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

Evaluar el potencial turístico de Montañita conlleva tres fases fundamentales:

a) el análisis de la situación turística existente, fase en la que se examinan los recursos, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;

- b) el diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos;
- c) si existe el potencial, definir la estrategia a seguir para el desarrollo turístico en el territorio.

Estas tres fases implican la recolección, tratamiento y análisis de informaciones internas y externas al territorio.

La correcta gestión de un Plan de Desarrollo Turístico en un Territorio requiere la creación de una comisión de Turismo o grupo promotor y dinamizador del territorio, por medio del cual se involucre a toda o a la mayor parte de la población, directamente o a través de sus representantes y a la administración pública territorial correspondiente.

3.2.1. Metodología para la elaboración del Plan de desarrollo agroturístico

El esquema que se propone para elaborar el plan de desarrollo turístico de la comuna Montañita es una adaptación de las guías LEADER y PRODER de la Unión Europea, complementadas con propuestas metodológicas de la Unidad de Turismo Rural de La Universidad de Buenos Aires y de la Sociedad Andaluza de Asesoramiento e Información (SADAI).

El resultado es un planteamiento ecléctico en el que se combinan técnicas del desarrollo local, Parroquial y estratégico con otras más especializadas, respecto a los recursos y atractivos turísticos, la oferta y demanda de productos y servicios o

la infraestructura turística que posee la Comuna. Ello permite afrontar el reto de la planificación de una manera interdisciplinaria e integral, a fin de alcanzar resultados concretos respecto a los objetivos marcados.

La metodología de trabajo se compone de siete fases. Estas se exponen de manera lineal en el tiempo, de manera que la consecución de una lleve a la siguiente, excepto la Fase VII que tiene un carácter transversal en todo el proceso de planificación.

El esquema metodológico con sus fases, componentes y productos se describe en la tabla 3.

Tabla N° 3 ESQUEMA METODOLOGICO PARA LA ELABORACION DEL PLAN DE DESARROLLO AGROTURISTICO.

N°	FASES	COMPONENTES	PRODUCTOS ESPECIFICOS
I	Lanzamiento de la propuesta de desarrollo agroturístico en la comuna	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Establecimiento de un foro de participación ❖ Selección del grupo de trabajo 	Espacio de dialogo y trabajo establecido en la casa comunal.
II	Prospección previa de la comuna	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Radiografía de la situación agroturística de la comuna 	Documento para consenso interno.
III	Formulación del plan de acción agroturística	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Inventario de atractivos ❖ Análisis de la oferta local ❖ Infraestructura y servicios. ❖ Análisis de la competencia ❖ Análisis de las tendencias 	Primer informe para consensuar en un foro local.

		❖ Análisis de FODA	
IV	Formulación del plan de acción agroturística	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Identidad del territorio ❖ Objetivos y áreas de acción ❖ Estrategias y acciones ❖ Cronograma de ejecución ❖ Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación 	Segundo informe.
V	Elaboración propuesta de gestión	❖ Modelo de gestión del plan estratégico	Tercer Informe.
VI	Elaboración del plan de capacitación	❖ Plan de capacitación y formación	Documento con el plan
VII	Participación y concienciación social Transversal	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Convocatoria a foro de participación ❖ Presentación pública del plan estratégico 	Cuarto informe.

Cada una de estas fases, que se describen a continuación, debe conducir a la obtención de un producto concreto y para ello se establece la siguiente estructura para cada una:

Objetivo

Contenidos

Metodología

Resultados

El horizonte temporal para culminar todo el proceso estará en función de varios elementos: el desarrollo de experiencias previas, la capacidad de ejecución del grupo gestor, la disponibilidad de recursos y el apoyo de autoridades locales y/o nacionales. Se estima que se necesitan por lo menos 12 meses, para cubrir adecuadamente cada una de las fases del Plan.

Asimismo, esta debería ser una acción estrechamente vinculada con las líneas estratégicas de gestión del territorio, para que den las condiciones necesarias para poner en marcha el plan. También debería existir articulación con otras iniciativas para el desarrollo del territorio para que haya complementariedad y no duplicación de esfuerzos.

La propuesta agroturística va enfocada a diseñar e implementar un plan de desarrollo agroturístico, el mismo que pretende dar la adecuada valoración a los recursos turísticos y la cultura de un pueblo, cuyo continuo trabajo con la tierra puede llevar a concientizar y armonizar con la naturaleza.

La zona se encuentra, dotada de belleza escénica y recursos naturales únicos, con gran potencial turístico que el lugar presenta, pero no existe la debida utilización ni la adecuada promoción turística que el sector requiere.

El plan pretende dar una nueva alternativa para incrementar el flujo turístico al lugar, el agroturismo desarrollado en fincas o haciendas típicas de la Comuna, que guarda historia, cultura y vivencias extraordinarias, el mismo que involucra directamente a la comunidad, su tierra y al finquero o hacendado, logrando así un desarrollo social, económico y cultural para todos y cada uno de los actores de esta nueva actividad.

El Agroturismo resalta la importancia del desarrollo sostenible que tiene la actividad turística para las poblaciones receptoras, por los beneficios económicos y ambientales que el hecho social puede producir. Se plantean líneas básicas para el tratamiento de este tipo de procesos de diversificación y complementación económica. El objetivo es crear un modelo de desarrollo agroturístico aplicable en la zona, en concordancia con sus actividades diarias rutinarias.

El análisis de la comuna determina que las condiciones para la implantación de actividades turísticas relacionadas con la agricultura y ganadería están presentes, conviene formular un producto integral sostenible, respetando los aspectos naturales y culturales del área. Por lo tanto, el Agroturismo como elemento de diversificación económica y de desarrollo sostenible debe ser manejado profesionalmente.

Preparamos el camino para la generación de proyectos agroturísticos; presentamos las condiciones actuales y delineamos las condiciones técnicas necesarias para futuras inversiones de desarrollo turístico, agrícola y ganadero. La propuesta es una guía investigativa del plan de desarrollo agroturístico.

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de turismo rural, turismo comunitario, ecoturismo, agroturismo, encontrar explicaciones a situaciones problemáticas de la comunidad, (bajo nivel de estudios, escasos ingresos familiares, limitados recursos hídricos, nula gestión en la consecución de los recursos, etc.) y del entorno (escasas oportunidades de conseguir buenos empleos, desarrollo de otras actividades para conseguir el sustento familiar, limitado apoyo de los organismos competentes); que afectan al desarrollo del buen vivir de la comunidad y lograr soluciones ambientales utilizando el recurso natural que posee la zona para crear productos agroturísticos con valor agregado e incorporarlos a la actividad turística mediante un proceso

participativo fortaleciendo el encadenamiento productivo y fomentando la asociatividad de los trabajadores agrícolas participantes

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se acude a la utilización de métodos y técnicas de investigación, como el método de observación para determinar las causas y efectos, el método inductivo que vendrían a ser las causas y método deductivo que serían los efectos, objetos de investigación, posteriormente diseñar un cuestionario, instrumento que lo apliqué para recopilar información y posteriormente procesarlo para obtener resultados e información necesaria para tomar decisiones acertadas para lograr el objetivo formulado.

De acuerdo con los objetivos de la investigación, su resultado permitirá encontrar soluciones concretas a problemas de desempleo, pocas oportunidades de desarrollo en actividades agrícolas, desarrollo de actividades específicas para la consecución del sustento familiar que influyen en el logro del ansiado desarrollo de la comunidad.

3.3 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN DEL PLAN

3.3.1 IMPORTANCIA.

La importancia del diseño de este plan radica en dar a conocer al mundo el futuro destino agroturístico, para todos aquellos visitantes que quieran vivir nuevas experiencias y atracciones disfrutando de la naturaleza, sus bondades y su gente; además contribuirá con el desarrollo socioeconómico y se mejorará el nivel de vida de los habitantes de la Comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

La zona norte del Ecuador es uno de ellos, tiene un alto potencial agroturístico que en la actualidad no se lo ha explotado como es debido, razón por la cual se ha escogido el “Plan de Desarrollo del Agroturismo en la comuna Montañita del Cantón Santa Elena , Provincia de Santa Elena, como tema del proyecto ya que esta es una zona altamente productiva y habitada por comunidades que aún guardan sus tradiciones culturales y manifestaciones ancestrales propias de esta zona, capaces de generar varias alternativas de nuevos circuitos agroturísticos hacia este lugar ampliamente conocido como destino de playa y sol y poco conocido en sus actividades agrícolas ancestrales, que son necesaria potencializarlas para y de forma consecuente lograr el desarrollo económico y agroturístico del mismo

3.3.2 JUSTIFICACIÓN.

El PLANDETUR 2020 es parte de la planificación nacional del Ecuador que busca marcar un cambio de época con a) la reforma política, b) la transformación económico- productiva, c) la transformación social y el desarrollo humano, y d) la integración latinoamericana. En este contexto, el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la Agenda del País porque plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos y agro productivos para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural, por su calidad país pluricultural y multiétnico, y su megabiodiversidad, la mayor del mundo por unidad de territorio.

Como parte del desarrollo del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año 2020 (PLANDETUR 2020) en su diagnóstico de Ecuador se realizó una consultoría de productos, que fue analizada y validada por

un grupo de especialistas llamado *Grupo de trabajo de mercadeo*. Este estudio identificó 11 líneas de producto y sus variedades específicas para el Ecuador. El producto Agroturismo fue uno de los productos prioritarios y potenciales, las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones. Dos productos sobresalieron de este análisis: “*Paseo de los Sabores... Cacao, Banano, Café*” y “*Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador*”, con el diseño e implementación del plan de desarrollo agroturístico, posteriormente gestionaré la inclusión del producto agroturístico Montañita, para transformarla en una red agroturística que partirá desde Santa Elena pasando por la Provincia del Guayas y culminando en la provincia de los Ríos

El Ecuador es un país diverso con gran riqueza natural y cultural, que tiene lugares y atractivos turísticos todavía desconocidos por turistas nacionales y extranjeros, por lo cual se requiere de planes y programas que fomenten el turismo en los mismos.

La zona de la ruta del Spondylus, tiene un alto potencial turístico que en la actualidad no se lo ha utilizado o desarrollado como es debido, razón por la cual se ha escogido el “Plan de Desarrollo Agroturístico en la comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena”, ya que esta es una zona altamente productiva y habitada por comunidades que aún guardan sus tradiciones culturales y manifestaciones ancestrales propias de esta zona, capaces de generar varias alternativas de nuevos circuitos turísticos hacia este lugar poco conocido y de forma consecuente el desarrollo económico y turístico del mismo.

El constante crecimiento de la demanda turística y la evolución de los gustos hacia las exigencias cada vez mayores de los turistas, hace necesario el impulso de la calidad turística ecuatoriana como factor diferenciador de nuestra oferta en los mercados internacionales así como la incorporación de criterios de sostenibilidad medioambiental en los destinos turísticos para mantener en el largo plazo las actuales cuotas de mercado.

El presente trabajo se basa en la elaboración de un plan que permitirá el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad así como también la preservación de los recursos turísticos naturales y culturales del sector, el agroturismo es actualmente una de las alternativas que permiten la incursión activa de las comunidades permitiendo un manejo económico ambiental más responsable y adecuado para asegurar el sustento de futuras generaciones.

3.3.3 OBJETIVO GENERAL

Diseñar e Implementar un plan de desarrollo agroturístico, utilizando las haciendas-fincas y/o granjas locales y aprovechando los atractivos turísticos naturales y culturales, en correlación con el manejo agrícola y ganadero de la Comuna Montañita, satisfaciendo las necesidades sociales, económicas y ambientales del área.

3.3.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Generar Conciencia en la población mediante una capacitación continua con los certificados y los avales correspondientes, sobre la importancia de diversificar y complementar la producción económica de la comuna.

2. Cambiar el esquema tradicional de las visitas turísticas a través del Agroturismo como una nueva alternativa socioeconómica y ambiental.

3. Ofrecer al visitante actividades integrales, en instalaciones rurales familiares que combinen la naturaleza con la cultura local.

4. Gestionar los recursos económicos e hídricos para el emprendimiento y desarrollo de actividades agrícolas a los órganos competentes.

3.3.4.1. MISIÓN

“Entregar una experiencia agroturística memorable, en gastronomía y entretenimiento, al mismo tiempo compartir las diferentes tradiciones agrícolas que se dan en el día a día en las fincas del sector mediante la convivencia con los turistas nacionales y extranjeros para diversificar las actividades productivas de la comuna y mejorar la calidad de vida de la población.”

3.3.4.2 VISIÓN

“En el 2017, Montañita desarrolla actividades agroturísticas como parte de la tradición ancestral y una experiencia demandada por el turista nacional y extranjero que se realiza en un marco de armonía y equilibrio con la naturaleza y la cultura de la comunidad.

**Tabla N° 4 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO
DE LA COMUNA MONTAÑITA**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Temporada turística durante todo el año ✚ Su clima es idóneo para el deleite del paisaje ✚ Geografía ideal para el desarrollo agro turístico y deportes extremos. ✚ Propietarios de finca dispuestos a capacitarse y participar en el plan ✚ Su planta turística tanto en su cantidad y calidad es suficiente para sostener un desarrollo agroturístico importante. ✚ Muy buena conectividad en el área interna, externa y terrestre a todo el país. ✚ Existencia de una universidad que enseña turismo y agronomía tanto en formación como de capacitación a niveles medios y operativos ✚ Gestión turística del municipio y gobernación de la Provincia ✚ Desarrollo de proyectos de turismo comunitario ✚ Descentralización y 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ No hay posicionamiento en la mente del turista local y nacional como destino agroturístico. ✚ Escasa señalización vial y turística ✚ Limitada calidad de servicios en las zonas rurales ✚ Concentración de la planta turística en la zona céntrica de la comuna ✚ Mal estado de vías de acceso a fincas del sector ✚ Poca oferta de actividades agroturísticas, recreativas y culturales en las fincas de la comuna. ✚ Limitado nivel de estudio de las personas que atienden a turistas. ✚ Limitada gestión de directivos comunales ✚ No existe promoción de la oferta agroturística ✚ La comuna no cuenta con un plan de desarrollo y ordenamiento territorial

<p>desconcentración turística</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Alta biodiversidad y gran existencia de aves en el área montañosa ✚ Áreas de bosques protegidas ✚ Grandes extensiones de tierra en descanso ✚ Pista de aterrizaje 5 minutos de la comuna ✚ Eventos de surf internacional ✚ Desarrollo de torneos deportivos nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Mal uso de los limitados recursos hídricos. ✚ Inexistencia de centros de información turística ✚ Baja experiencia de los integrantes del proyecto ✚ No se cuenta con personal especializado como guías o instructores ✚ Limitados recursos para implementar el plan
---	---

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hoy es una nueva provincia con muchos atractivos turísticos no difundidos de manera adecuada. ➤ Creciente demanda turística a nivel mundial ➤ Interés del gobierno nacional y gobiernos seccionales en el desarrollo del agroturismo ➤ Alternativa de mejoramiento socioeconómico para los agricultores del sector. ➤ Fomentar el agroturismo mediante fincas y granjas integrales en las comunidades aledañas a la cordillera Chongón Colonche ➤ Mejorar los caminos vecinales donde se implementan nuevas ofertas e integrar medios de transporte ➤ Gestionar capacitaciones para las comunidades según su necesidad ➤ Crear un jardín botánico. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desmejoramiento de la seguridad turística ➤ Concepto distorsionado de la cultura de la comuna ➤ Pérdida natural de las playas ➤ Rápido crecimiento de la competencia. ➤ Desforestación de los bosques ➤ El contacto y convivencia con turistas de distintas latitudes conlleva a un riesgo de aculturización. ➤ La atracción de corrientes turísticas podría también atraer delincuentes ➤ Apatía de la comunidad las diferentes capacitaciones.

3.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL FUNCIONAL DE LA DIRECTIVA COMUNAL PARA EL TURISMO

La directiva comunal está dirigida por un presidente designado en proceso electoral democrático, elegido entre listas que incluye las siguientes dignidades:

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- Tesorero
- Síndico
- 3 vocales y sus alternos

La Junta se organiza por comisiones, encontrando las siguientes:

- Educación cultura y deporte
- Fiestas
- Seguridad en general
- Turismo.

En lo relacionado con la actividad turística, el comisionado de la comuna coordina con la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena, las actividades de su competencia.

3.5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Fortalecer la capacidad organizativa de la parroquia y de la comunidad.
2. Crear diversidad en el producto agroturístico que se ofrecerá al visitante, nacidos de la identidad cultural de Montañita fortaleciendo la autoestima de la Comunidad.
3. Concienciar a la población para que logre cultivar una cultura turística que sea reconocida por todos sus visitantes.
4. Capacitar a la población en temas específicos de agroturismo para obtener productos turísticos competitivos bajo el enfoque de sostenibilidad ecológica.
5. Establecer mecanismos de coordinación con entidades públicas y privadas con la finalidad de promover el agroturismo comunitario en Montañita especialmente con el Fondo Mixto de Promoción Turística.
6. Establecer mecanismo de intercambio de experiencias con otros destinos turísticos nacionales e internacionales.
7. Identificar posibilidades de financiamiento nacional, como por ejemplo el Fondo de Desarrollo Turístico Sostenible, el Programa 555, el Programa del Sistema Nacional de Microfinanzas y entidades financieras del país, así como de países amigos.

8. Incrementar productos turísticos basados en la creatividad de las personas y en los recursos de la zona.

3.6. ANÁLISIS DEL PRODUCTO.

El producto agroturístico que se propone para Montañita parte del estudio realizado en la comunidad, de las escasas oportunidades para desarrollarse en el campo agrícola a pesar de contar con suficientes recursos naturales y considerando que esta comunidad tiene ya su ubicación a nivel turístico por cuanto es un destino de renombre nacional e internacional, siendo la actividad turística su principal fuente económica.

Se enfoca el agroturismo como una de las alternativas turísticas de diversificación de las ofertas con un enfoque comunitario, para lo cual tiene como potencial los recorridos por los predios productivos. Por ello se presenta el producto Agroturismo Montañita que ofrece el servicio de recorridos por los diferentes paisajes cultivados y una variedad de actividades que pueden desarrollarse dentro de las fincas, a precios según el recorrido y la actividad que el turista desee realizar.

El destino ofertado cuenta al mismo tiempo con un grado de aventura y relax en lugares poco conocidos ya que también se brindará información a los turistas de la historia de la localidad y de lo que se podría realizar dentro de este sitio como: Recorridos de uno, dos o hasta tres horas a pie que llevarán al turista a recorrer los predios productivos ubicados en fincas que poseen cultivos de ciclo corto y ciclo largo, teniendo el turista además la oportunidad de observar la exuberante flora y fauna autóctona del lugar.

Para efectos de inventario, se puede decir que Montañita cuenta con terrenos fértiles y en buen estado, donde es necesaria la aplicación de técnicas agrícola que correspondan a términos de sustentabilidad para promover la preservación y

mejoramiento de los diferentes componentes que incluyen un sistema agroturístico. Además, se cuenta con el aporte de las familias que se encuentran establecidas en o cerca de sus chacras, y de manera continua están buscando producir como medio de subsistencia para suplir la necesidad de bienestar de las familias que la componen, esto integrado al conocimiento tradicional que la gente campesina tiene de la parte agrícola, histórica y cultural de la zona en la que vive. Por otra parte cuando mayor cantidad de personas comprendan el aporte que este proyecto puede traerles a ellos mismos podrán aportar, su saber, su sentir y su capacidad de trabajo para hacer que este plan cumpla con las metas propuestas.

El Producto agroturístico estará ubicado en la Comuna Montañita de la parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena. El siguiente mapa muestra la ubicación del mismo.

Fotografía N° 8

Localización de las Fincas de la Comuna Montañita.



Fuente: www.googlemaps.com

Elaboración: Alex Limón Rosales.

Por los factores que se mencionaron anteriormente y considerando que se debe diversificar las ofertas turísticas de la zona y crear variedad en producción para brindar más diversidad al turista, para el presente estudio se han considerado 2 Fincas de la comunidad por su historia, por los recursos que poseen, por su

variedad, por sus cultivos, por imagen que proyectan sus fincas, etc.; Finca “Divina Providencia” cuyo propietario es el Sr. Leonardo Rosales Soriano y Finca “La Chacrita” cuyo propietario es el Sr. Edmundo Limón Flores, como modelo de apertura para el proyecto.

3.7. OFERTA:

Finca “Divina Providencia”

Familia: Rosales Del Pezo.

Ubicación: Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, Parroquia Manglaralto, Comuna Montañita.

Distancia: 5 minutos del pueblo

Sistema Agrícola: Sistema agropecuario y ganadero.

Propietario: Sr. Leonardo Rosales Soriano.

Edad: 53 años

Fotografía N° 9
Entrada principal de la finca “Divina Providencia”



Fuente: Trabajo de campo por Alex Limón Rosales
Elaboración: Alex Limón Rosales (Octubre 2012).

3.3.1. ¿Por qué Divina Providencia?

El nombre de La Finca “Divina Providencia” según nos cuenta su propietario se debe a las grandes bendiciones que ha recibido del ser divino, en salud, amor, prosperidad y bienestar para su familia pues se considera un hombre de fé y en honor a eso, hace referencia al nombre de Divina Providencia. Es una de las fincas que posee la mayor variedad de animales y aves que muy pocas se ven por el sector como los avestruces, los gansos, gallinas guineas, codornices y hasta una reserva de una de las aves en peligro de extinción como es la pacharaca, aparte de la variedad de ganado vacuno, caballos, y extensas zonas de cultivos que hace de este sitio un lugar diferente y llamativo.

Fotografía N° 10
FINCA “DIVINA PROVIDENCIA”



Fuente: Trabajo de campo por Alex Limón Rosales
Elaboración: Alex Limón Rosales (Octubre 2012).

3.8.1. La familia.

El Sr. Leonardo Rosales Soriano vive en su finca con una, de sus tres hijos

(dos mujeres y un varón), y su esposa. Antes residía en Guayaquil donde posee un negocio, pero por fuerzas mayores y por salud decidió regresar y residir en su finca. Él sabe del potencial turístico que posee Montañita en la actualidad y por eso no dudo en ningún momento en plantearnos su apoyo; y que para ello está desarrollando una finca modelo que le permita subsistir mañana a él y a su familia, tomando estas consideraciones. El trabajo las comparte con unos peones ya que debido a su enfermedad ya no las puede realizar solo, además tiene una hija estudiando veterinaria quién es la encargada de cuidar el ganado vacuno y los animales de la finca, los peones tienen un rol específico e importante desde la harreada del ganado como la alimentación de los mismos, igual sucede con todos los animales.

3.8.2. Sus comienzos y motivaciones.

El terreno fue heredado de sus padres hace aproximadamente 20 años. El Sr. Leonardo Rosales, recuerda que desde niño estuvo involucrado con el trabajo del campo, ya que en aquel entonces la mayor actividad económica en la zona eran las producciones agrícolas, hasta que los malos tiempos le hicieron migrar a la ciudad para buscar empleo y se volvió a reencontrar con el campo pues su trabajo estaba inmerso en producciones agrícolas o parte de ellas ya que era un trabajo de perforación y mantenimiento de pozos de captación de agua que utilizaban las grandes bananeras, con el pasar de los años y la experiencia adquirida decidió independizarse y adquirir equipos para este tipo de trabajo y con gran ilusión pensó en utilizar su experiencia para crear su propia finca en el terreno heredado de sus padres y claro para ese entonces Montañita empezaba a tener nuevos rumbos en materia turística, por lo que consideró readecuarlo de manera empírica y proponer otro tipo de alternativa para las personas que visitaban este lugar. Con el apoyo de sus hijos han creado de esta finca una pequeña microempresa que les permite conseguir los recursos económicos y alimenticios.

El terreno que mide 4 hectáreas es cultivado con sistema de riego de agua captada de pozos profundos, posee diversidad en cultivos como: guineo, yucas, limón, naranjas, papaya, badea, plátano, guineo y tiene unas 40 cabezas de ganado, dos avestruz, que al principio eran cuatro pero que debido a la peligrosidad de estos animales tuvo que vender las otras dos, patos gansos y una reserva de ave que ese encuentran en peligro de extinción como es la pacharaca, gallinas guineas, codornices entre otros animales, haciendo de esta finca muy distinta y por no decir única en la zona. Esta idea arranco como iniciativa en la búsqueda de lograr que su finca sea visitada a manera de un zoológico de animales de la zona.

A nivel territorial se propone la adecuación de un bar, áreas de recreación y el uso de una vía alterna como complemento para la actividad agroturística:

➤ **Un bar.**

El bar se ubicará en la parte de la entrada a la finca debido a que existe un espacio suficiente y por estar cerca de la casa de los dueños, construido con material del sector como caña, madera y cadi, será atendido por 2 personas, allí se brindaría servicios de alimentos y bebidas, jugos naturales con las frutas que allí se cosechan.

➤ **Área de descanso.**

Se ubicará debajo de un árbol de mango, equipada con hamacas, asientos elaborados con muyuyo, un mural de madera con fotos de la finca. Implementar esto con la finalidad de permitir al turista recreación, descanso y relax, conocer más la vida campesina y disfrutar de esta nueva alternativa sintiéndose parte de ella.

➤ **Vía Alternativa.**

Utilizar la puerta que queda en el lado norte de la finca, bajando por el camino que lleva o conduce al río y a diferentes fincas del sector, este camino alternativo permitirá además al turista conectarse directamente con el ganado vacuno en su producción de leche, quesos, etc., y disfrutar la vista panorámica de la finca desde la parte trasera; además permitirá recibir a varios grupos de turistas al mismo tiempo sin necesidad de obstruir el recorrido dentro de la finca.

3.8.3. Producción de la finca.

La Finca “Divina Providencia” busca ser una finca modelo en la región con la producción de leche, quesos, y con siembras de plantas frutales como naranja, limón, papaya, plátano, yuca, badea y guineo.

3.8.4. Finca “La Chacrita”

Familia: Limón Rosales.

Ubicación: Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, Comuna Montañita.

Distancia: a 5 minutos del pueblo

Sistema Agrícola: Sistema agropecuario mixto.

Propietario: Sr. Edmundo Limón Flores.

Edad: 76 años

3.8.4. ¿Por qué La Chacrita?

Su nombre se da, debido a que en esta parte de terreno, los anteriores dueños la utilizaron para dejar sembríos de árboles frutales de diferentes tipos que hasta la actualidad aún cosechan y dan sus frutos, tal es así que Don Edmundo sigue cultivando y cosechando variedades de productos agrícolas en su mayoría de ciclo corto y muy poco de ciclo largo pues comenta los tiempos no son muy buenos como antes.

3.8.5. La familia.

El Sr. Edmundo Limón Flores no es radicado en su finca pero en su lugar está Don Marino Baque oriundo de Manabí, quién hace las veces de guardia y vive con su familia (tres hijos y su esposa), de igual forma le da mantenimiento a la finca y es el encargado de los cultivos y cosechas de los mismos que los comercializa en el pueblo. Don Edmundo, todos los días visita su finca para darle de comer a su ganado porcino (5 cerdos), pues debido a que en el pueblo posee un negocio familiar (Restaurant), los desechos de comida se los da a los cerdos, aparte de poseer gallinas ponedoras y patos que ayudan en el sustento de la familia.

3.8.6. Sus comienzos y motivaciones.

El Señor Edmundo Limón cuenta que este terreno lo heredó de sus suegros, grandes productores agrícolas, cuando él se casó con su Sra. Esposa, para ayudarlos a mantener a su familia que ese entonces eran tres hijos varones, a quienes les enseñó a cultivar y a prosperar la finca, pero que con el pasar de los

años y los tiempos malos, sus hijos tuvieron que migrar a la ciudad en busca de empleo.

La Chacrita ubicada en el sector que actualmente es conocido como el barrio el tigrillo, posee plantaciones de, café, limón, guaba, mamey, lima, naranja, plátanos, yuca, cebolla, lechuga, nabo, zapallo, maíz. Señala además que el cacao, café, cebolla son vendidos, el resto de la producción es de consumo familiar.

A pesar de su edad Don Edmundo Limón está convencido que su finca tiene las posibilidades de seguir creciendo y así ayudar en la economía de su familia y con la amabilidad que lo caracteriza poder atender a las personas que deseen convivir con ellos de sus actividades cotidianas.

Fotografía N° 11
Vista Entrada de la finca “La Chacrita”



Fuente: Trabajo de campo por Alex Limón Rosales
Elaboración: Alex Limón Rosales (Octubre 2012).

A nivel territorial se propone la adecuación de un bar, áreas de recreación y el uso de una vía alterna como complementos para la actividad agroturística:

- Un bar que se ubicaría la parte de alado de la casa con un área de 10 metros cuadrados, construido con material del sector como caña, madera yлади; Aquí el turista podrá adquirir alimentos y bebidas cosechados de la finca.

- Área de descanso que se ubicará junto al bar por ser este un terreno amplio y llano, estará equipada con hamacas, asientos y mesas elaborados con muyuyo, un mural de madera con fotos de la finca. Implementar esto con la finalidad de permitir al turista recreación, descanso y relax, conocer más la vida campesina y disfrutar de esta nueva alternativa sintiéndose parte de ella. El propietario sugiere además que aquí se acondicione el lugar para hacer camping ya que antes han llegado persona y han realizado campamento en este lugar.

- Vía Alterna. Utilizar la puerta que queda en el lado oeste de la finca, bajando por el camino que lleva a diferentes cultivos de fincas alterno que le permita además al turista de disfrutar la caminata, y observar especies de patos y gallinas que posee la finca.

3.8.7. Producción de la finca.

La Finca “La Chacrita” es destinada a cultivar productos que ayuden en la alimentación familiar; su mayor producción es el café, y el maíz que es comercializado en la región, además se encuentran plantaciones de guaba, mamey,

limón, naranja, mandarina, lima, plátanos, naranja, yucas, maíz, zapallo, cebolla, lechuga y nabo.

Fotografía N° 12
Producción de Finca “La Chacrita”









Fuente: Trabajo de campo por Alex Limón Rosales
Elaboración: Alex Limón Rosales (Octubre 2012).

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS QUE ACOMPAÑARÁN ÍNTIMAMENTE AL LUGAR.

Es importante analizar las fincas de Montañita desde diversos aspectos; los cuales constituirán una base para el desarrollo de las actividades agroturísticas.

Sin olvidar que durante el recorrido el turista podrá disfrutar de:

- ✚ Senderos cultivados.
- ✚ Lugares de observación de flora.
- ✚ Caminatas.
- ✚ Fotografía.
- ✚ Venta de Jugos naturales.
- ✚ Recreación al aire libre.
- ✚ Entretenimiento: concursos para niños y/ adultos.
- ✚ Experiencias educativas.
- ✚ Servicio de hospitalidad.
- ✚ Buen estado de las rutas que se utilizarán dentro del proyecto.
- ✚ Vivir el día a día en la zona rural.

-  Convivencia familiar.
-  Aprender sobre fauna y las prácticas agrícolas.
-  Disfrutar de las aguas cristalinas del río Valdivia.
-  Aprender a ordeñar vacas
-  Aprender a arrear el ganado
-  Elaborar quesos

3.9. PROGRAMAS Y PROYECTOS PROPUESTOS

PROGRAMA 1 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Proyecto 1.1 Creación de la unidad de turismo en la comuna

Proyecto 1.2 Sensibilización para turistas y comunidad

Proyecto 1.3 Alianzas estratégicas con organismos nacionales e Internacionales

Proyecto 1.4 Implementación de la oficina de información turística

Proyecto 1.5 Creación del Comité de Turismo Parroquial

Proyecto 1.6 Promoción turística de los destinos periféricos

Proyecto 1.7 Inclusión de Montañita en la celebración de fiestas de la Parroquia, del Cantón, de la Provincia y de la capital.

Programa 2 MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Proyecto 2.1 Capacitación Agroturística “Montañita ama la vida”

Proyecto 2.2 Elaboración de gastronomía y postres con ingredientes de la zona

Proyecto 2.2 Ferias gastronómicas mensuales

Proyecto 2.3 Señalización turística

Proyecto 2.4 Movilización alternativa

Programa 3 DECLARACIÓN DE MONTAÑITA COMO VALLE ECOLÓGICO

Proyecto 3.1 Agricultura orgánica

Proyecto 3.2 Producción de plantas medicinales

Proyecto 3.3 Industrialización de productos agropecuarios

Proyecto 3.4 Recolección de basura diferenciada

Proyecto 3.5 Reciclaje de basura (abono orgánico)

Proyecto 3.6 Tratamiento de aguas servidas

PROGRAMA 4 RESCATE DE TRADICIONES ORALES

Proyecto 4.1 Recopilación de las tradiciones de la Comuna y Parroquia

Proyecto 4.2 Creación de un grupo de teatro

Proyecto 4.3 Creación de grupo de música

Proyecto 4.4 Apoyo al grupo de danza Flor del Amanecer

Proyecto 4.5 Construcción de un teatro

PROGRAMA 5 MEJORAMIENTO DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

Proyecto 5.1 Creación del museo

Proyecto 5.2 Construcción del plato típico diferenciador de las comunidades

Proyecto 5.3 Adecentamiento del Mirador del Santuario

Proyecto 5.4 Ubicación de parqueaderos

Proyecto 5.5 Creación de un área de recreación

PROGRAMA 6 CREACION DE UN JARDIN BOTANICO

Proyecto 6.1 Gestionar el espacio físico con el rector del colegio Técnico Manglaralto

Proyecto 6.2 Insertar a los técnicos bachilleres en el plan de desarrollo agroturístico.

Proyecto 6.3 Sensibilizar el conjunto de alumno sobre la importancia del medio ambiente.

Proyecto 6.4 Consolidación del terreno para el jardín botánico

Proyecto 6.5 Trabajo de campo

DETALLE DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMA 1 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

PROYECTO 1.1 CREACIÓN DE LA UNIDAD DE TURISMO EN LA COMUNA

Las principales responsabilidades de esta unidad serán:

Coordinación y gestión directa con las Autoridades del Cantón y de la Provincia sobre los recursos que demande el plan de desarrollo agroturístico, impulsar convenios de cooperación, para la organización de cursos de formación y capacitación en todas las áreas de agroturismo, realizar las campañas de promoción y dar el asesoramiento permanente a las iniciativas relacionadas con las actividades agroturísticas, consensuar las normativa de la comuna para el desarrollo de las actividades agroturísticas y vigilar su cumplimiento.

El personal directivo será permanente y el operativo serán estudiantes de las carreras facultades de turismo y agronomía de la UPSE que hayan aprobado mínimo el 75% de sus créditos y podrían aplicarlos como módulos para la aprobación de sus créditos de pasantías.

3.10. SENSIBILIZACIÓN

Sensibilización del personal de la comuna, de los propietarios de las fincas participantes, de los establecimientos turísticos y de la población de la comuna en

general sobre la importancia de crear y mantener una cultura turística de servicio y respeto al turista.

De la investigación realizada, a pesar que hay lindas y extensas haciendas, no todas están interesadas en dedicarse a actividades turísticas, sin embargo hay algunas que sí lo harán como es el caso de la Finca Divina Providencia, en donde inclusive los hijos están estudiando hotelería para volver a abrir el restaurant que estaba arrendado durante varios años, lo que significaría manejo profesional del negocio y posibilidades de empleo para gente del sector, la propuesta sería colaborar con la hacienda para que inicien operaciones lo más pronto posible.

3.10.1. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Este programa tiende a la suscripción de convenios de cooperación para impulsar el agroturismo, que se añadiría a aquellas que de manera natural se obtiene de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena y del Consejo Provincial de Santa Elena.

Convenios con los Ministerios de Educación, Cultura y Deportes para la institucionalización de juegos provinciales que incluya a Montañita en sus actividades rurales, con lo que se propondría visitas obligatorias de las escuelas y colegios a las comunidades para que conozcan la realidad de las mismas, pero de una manera vivencial, lo cual además ayudará a la población a determinar necesidades de las comunas.

En el caso del Ministerio de Cultura para que se incluya en la agenda de evento culturales rurales.

Con el Ministerio de Deportes para organizar y financiar campeonatos de fútbol

3.10.2. Convenios con la Cooperación Internacional

Que faciliten la captación de recursos para financiar las actividades de la comuna en el marco del funcionamiento y crédito individual o para agrupaciones que se dediquen a la actividad turística.

3.10.3. Convenios con Universidades

Establecer un convenio con la Universidad Estatal Península de Santa Elena para capacitación continua en actividades agroturísticas, que ofrezcan estudios de turismo y hotelería que facilite la asistencia técnica especializada al personal de la Comuna y de la población.

3.10.4. Convenios con agencias de viajes

Para facilitar la promoción de los atractivos turísticos y el envío de pasajeros nacionales e internacionales.

3.10.5. Convenios con entidades especiales

Se suscribirá con colegios de profesionales como de periodistas, de ingenieros en marketing, de biólogos, de ingenieros en ambiente y geólogos entre otros, también con la Defensa Civil, y el Instituto Geofísico, para impulsar el turismo científico.

Gestionar convenios con la CFN, Banco Nacional de Fomento y otras entidades crediticias nacionales para la obtención de recursos e implementar los proyectos.

3.11. OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Los visitantes usualmente van al parque central del pueblo, que además fue remodelado y lamentablemente no encuentran información sobre los atractivos que pueden visitar ni sobre distancias ni facilidades.

Por lo que en la Comuna se creará una oficina de información turística que funcionará de jueves a domingo ya que los días tradicionales de descanso se trabaja normalmente y es donde el flujo de turistas es mayor, se proporcionará datos y material de promoción de los atractivos y de los establecimientos turísticos, así como también proyectará videos de los diferentes atractivos y actividades culturales.

Además la oficina informará en forma permanente del estado de las vías y de los atractivos y organizará visitas de los mismos pobladores a los distintos atractivos.

Lo anterior con la finalidad que la misma población pueda dar información turística oportuna y verás a los visitantes.

3.11.1 CREACIÓN DEL COMITÉ DE TURISMO COMUNAL

Convocar a todos los actores involucrados para que mediante un sistema de representación se tomen decisiones participativas que tengan apoyo de todos los sectores de la comunidad.

Esta es importante ya que el ente está formado por los propietarios de los locales que prestan servicios turísticos, los mismos que velaran por el desarrollo de la comuna y de sus interés generales y particulares.

3.11.2. PROMOCIÓN TURÍSTICA

Se propone establecer un plan permanente de promoción turística realizado a través de cuñas por radio, volantes, informativos promocionales en estados de cuenta, y una estrategia importante será utilizar los programas en televisión, radio y artículos en revistas especializadas para hacer reportajes de las diversas fortalezas de la comuna y parroquia, cuyos costos serían las cortesías para los periodistas (Press Trip).

3.12. ESTRATEGIAS DE MARKETING.

3.12.1. Creación de Marca, Slogan y Logotipo

- **MARCA:** AGROTURISMO MONTAÑITA
- **SLOGAN:** “*MONTAÑITA VIVE EL AGROTURISMO*”
- **LOGOTIPO:** Ver Ilustración N° 1

Fotografía N° 13
LOGOTIPO



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales.

El nombre de “Agroturismo Montañita” surge de acuerdo a la necesidad de desarrollar una marca que desde su origen transmita el significado de la actividad y simplemente es la asociación de dos actividades grandes en potencias generadoras de la economía local y nacional, como son la Agricultura y el pueblo de Montañita donde se pretende desarrollar esta actividad por ser ya un destino conocido a nivel local, nacional e internacional, por lo tanto la mezcla de estos dos términos hacen referencia a deslizamientos en lugares cultivados en las fincas de esta comunidad.

Fotografía N° 14
Simbología y significado de los elementos de la marca.



Elaboración: Alex Limón Rosales.

3.12.2. Estrategias de Promoción y Publicidad.

Básicamente se utilizará la mezcla de Promoción: Publicidad, Promoción de ventas, Relaciones públicas, Marketing directo y Fuerza de venta.

3.12.3. Publicidad.

Nos permitirá anunciar a los consumidores, las características que poseen cada uno de nuestros servicios, con el fin de crear o desarrollar una demanda del producto e iniciar un acto de compra por parte de los clientes, se realizará una publicidad promocional que fomente las visitas en Las fincas participantes del plan.

Los efectos que se buscan al emplear esta publicidad es promover una demanda primaria, es decir que las personas tengan la necesidad de visitar Las fincas participantes, como una de las alternativas cuando lleguen al pueblo, no solo en busca de sol, mar y arena, sino también de nuevas experiencias. Para lograr esto se debería realizar campañas publicitarias en medios locales, nacionales, promociones y relaciones públicas que den a conocer el producto que se ofrece a través de imágenes y mensajes, que despierten el interés en las personas, así como en la decisión de hacer el uso del mismo. Inicialmente se podría utilizar los medios de comunicación locales, como la radio, para lanzar una campaña preliminar y conocer su impacto.

Las campañas de publicidad caracterizarán a la organización, por un buen paquete promocional durante todo el año, mediante comerciales y anuncios impresos, así como también por la calidad del servicio. Para ofrecer los mejores servicios turísticos se recurrirá a los siguientes medios que consisten en:

- ↪ Publicidad por medio de hojas volantes.
- ↪ Publicidad radial.
- ↪ Vallas publicitarias.
- ↪ Volantes.
- ↪ Trípticos.
- ↪ Carteleras.

3.12.4. Marketing Directo.

Se debe implementar un programa personalizado de visitas a instituciones públicas y privadas que se encarguen de impulsar y motivar el desarrollo turístico tales como a EMUTURISMO y al mismo MINTUR, además, deberán considerarse los siguientes instrumentos:

3.12.5. Radio.

Se utilizará la publicidad por radio, debido a que esta se encargará de dar a conocer a los oyentes peninsulares diferentes características de los servicios agroturísticos como su dirección, horario de atención, teléfono de contacto, e-mail, etc. Este medio se emplea debido a que durante la afluencia de temporada alta y baja, aquellos visitantes que se desplazan en sus vehículos propios o a través de transporte intercantonal están directamente vinculados con la radio como medio de distracción mientras viajan o recorren las rutas peninsulares. En este caso se debe considerar la sintonía y preferencia con que cuentan las radios locales y nacionales captando así la atención los clientes potenciales.

3.12.6. Valla Publicitaria.

Las vallas publicitarias se han convertido en un medio muy adecuado de

publicidad cuando el público objetivo se encuentra concentrado geográficamente. En el ingreso a la población deberá colocarse una valla publicitaria, una en la entrada de Guayaquil a Santa Elena y otra en la salida de Santa Elena al norte a la altura del ingreso a Ballenita. Las vallas publicitarias tendrán una dimensión de 3 metros de largo por 1 metro de ancho y cada una tiene gráficos distintos enfocando la actividad, (Ver Fotografía N° 15 y 16).

Fotografía N° 15
Valla Promocional I



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales.

Fotografía N° 16
Valla Promocional II



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales.

3.12.7. Volantes.

Se distribuirán 2000 volantes en las principales playas de la provincia de Santa Elena y de la Ruta del Spondylus, durante la temporada de verano, en los fines de semana, y durante los feriados, diseñados de manera que sirvan como una herramienta para lograr un mayor acercamiento con los visitantes, con la finalidad de persuadir e informar a los turistas sobre las nuevas alternativas de visitas y bondades del agroturismo en Montañita y acercarlos a una nueva experiencia que pueden disfrutar durante su tiempo libre. (Ver Fotografía N° 17)

Fotografía N° 17
Modelo de hojas volantes.



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales.

3.12.8. Trípticos.

Es una forma de comunicación utilizada normalmente para distribuir información en forma masiva y para una audiencia general. Se diseñará en lenguaje simple, una limitada cantidad de información, y una fluidez clara y lógica. Se distribuirán en las Direcciones de Turismo de Santa Elena, La Libertad y Salinas y en el Ministerio y Subsecretarías/Direcciones de Turismo de las principales ciudades del país. También en los diferentes establecimientos hoteleros del País. Se repartirán 3000 ejemplares con información relevante de la actividad agroturística. (Ver fotografía N° 18 y 19)

Fotografía N° 18
Tríptico (parte posterior)



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales.

Fotografía N° 19
Tríptico (parte interior)



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales

3.12.9. Camisetas y gorra con la marca del producto.

Como otro mecanismo que ayuda a dar a conocer el producto agroturístico se confeccionarán camisetas y gorras con logotipo para el personal que esté involucrado con el producto Montañita Agroturismo y así puedan identificarse.

Se prevé que a medida que se vaya encaminando el plan para su implementación, exponer a la venta en las fincas participantes y en lugares estratégicos, camisas polo bordadas, camisetas bordadas y estampadas, gorras de diferentes colores bordadas con el logotipo para que el turista tenga opción a elegir.

Fotografía N° 20
Camisetas con logotipo



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales

Fotografía N° 21
Gorras con logotipo



Fuente: Alex Limón Rosales.
Elaboración: Alex Limón Rosales

Se sugiere además que a medida que vaya creciendo el proyecto se incremente la venta de artesanías con diseños de los productos agrícolas.

3.13. INCLUSIÓN DE MONTAÑITA EN CELEBRACIONES DE LA PROVINCIA

La ciudad de Santa Elena, a través del Municipio, EMUTURISMO y el Consejo Provincial realiza distintas actividades culturales y de recreación en todo el año, por lo que se gestionará para incluir a Montañita en la agenda de eventos en:

- La celebración de la Semana Santa actividad de mucho prestigio con concierto de música y feria gastronómica que se desarrollan en el parque central de Santa Elena, considerando que muchos de los ingredientes se cultivan en la periferia de la Comuna.
- Jornadas Culturales de mayo, que justamente coinciden con las fiestas de la parroquia.
- Agosto mes de celebración del “encuentro de dos culturas”, tiene una extensa agenda en la que podría incluirse una visita a las diferentes fincas independientes y una caminata por el Bosque.
- En las celebraciones por las fiestas de fundación de la Parroquia, del Cantón y de la provincia ciudad de Quito, incluir en esa agenda una feria gastronómica y bailes populares.

PROGRAMA 2 MEJORAMIENTO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Proyecto 2.1 CAPACITACIÓN TURÍSTICA “MONTAÑITA AMA LA NATURALEZA”

El sello naturaleza será el que al turista le asegure que los servicios que va a recibir de un establecimiento y de su personal, cumplen normas de calidad e higiene, puesto que para obtenerlo los propietarios y empleados deberán cumplir con algunos requisitos relacionados con la calidad del servicio y de la seguridad alimentaria.

Mediante los convenios suscritos con las universidades, y con el apoyo financiero y logístico de organizaciones seccionales y la cooperación internacional conseguir capacitación especializada pero a bajo costo en temas de higiene y manipulación de alimentos, atención al turista.

Proyecto 2.2 ELABORACIÓN DE MENÚ Y DE POSTRES CON INGREDIENTES DE LA ZONA

Existen estudios que fueron realizados durante la feria de turismo Montañita 2009 de la Cultura Gastronómica de la Población de Montañita y Propuesta Alimenticia, realizadas por las con Productos de la Zona que pueden ser guía para elaborar este menú que serán fortalecidos con concursos gastronómicos que convoque a la población de la comuna, parroquia y cantón y provincia.

Proyecto 2.3 FERIAS GASTRONÓMICAS

Cada año con ocasión de las fiestas comunales y parroquiales y del ascenso a la Virgen del Sector se realizarán ferias gastronómicas que ofrezcan los platos típicos antiguos como el pescado al bambú, ceviche tres sin sacar, el encebollado levanta muerto, entre otros , los que se han ido incorporando como las truchas así como los platos y postres elaborados exclusivamente con ingredientes de la zona. A más de las ferias señaladas en el proyecto de Inclusión de Montañita en las celebraciones de las fiestas parroquiales, cantonales y provinciales.

Proyecto 2.4 SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Se colocarán dos mapas, uno en el parqueadero del Santuario y otro antes del centro poblado en donde se ubicará un pequeño parqueadero, se le entregará al visitante un tríptico promocional.

Se creará un formato de la parroquia y se utilizará la nomenclatura de la Policía Nacional para identificar los atractivos.

Proyecto 2.5 MOVILIZACIÓN ALTERNATIVA

Facilitar movilización dentro de la parroquia con una carreta turística rústica halada por caballos cuyo recorrido sería por los alrededores del centro poblado, en vías de rescatar nuestras actividades de transportes ancestrales.

Así mismo trasladarse a los sitios más distantes del centro poblado, se facilitará un tractor de biocombustible que se le pedirá de donación al gobierno de Brasil,

porque es un país en vías de desarrollo que está en posibilidades de hacer donaciones a países calificados como de extrema pobreza.

Proyecto 2.6 ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS

Las siguientes actividades son parte de la vida cotidiana de la comunidad, pero para mayor disfrute del turista se procurará en todas ellas incorporar un valor agregado, es decir dedicar un espacio exclusivo para ser utilizados por el turista, cuidando de su seguridad y posibles accidentes por la cercanía con los animales y el fuego, por ejemplo para el ordeño de vacas, el lugar de más fácil acceso, en lo posible lo más limpio, las vacas más mansas, botas, etc.

Para la elaboración de productos como mermeladas, se les proporcionará delantales, gorros limpios, y guantes. A cada turista se le entregará al inicio de su estadía un pin o prendedor distintivo como por ejemplo de vacas, de moras, de quesos, de papas, de naturaleza, etc.; en fin de manera que cada uno siempre se sienta parte importante de los procesos diarios, la persona que guía la visita tratará de hacer referencia a la importancia de los productos o actividades que ve en los pines de sus turistas. Este pin podría ser el recuerdo de la visita del turista a la comunidad.

En todo momento el turista deberá contar con el acompañamiento de miembros de la comunidad de edades y género distintos de manera que siempre están identificados con personas como ellos, por ejemplo en las actividades que incluyen a los niños, estarán presentes niñas y niños de la comunidad.

3.14. ORDEÑO DE VACAS

El turista podrá experimentar en la mañana el ordeño de su propio alimento para su desayuno, esta experiencia será de especial interés para los niños quienes estarán en contacto con los animales que les proveen de una buena porción de sus alimentos diarios, como el yogurt, queso y helados que serán degustados en el transcurso de su visita.

Además se informará sobre las bondades de la leche y la riqueza de los nutrientes que posee, en los distintos productos que se pueden elaborar con ella. Elemento escénico: El lugar de más fácil acceso, lo más limpio posible, las vacas más mansas, botas. Tiempo estimado: 1 hora.

3.14.1. RECOLECCIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES

La recolección de sandías, melones será una actividad en la que pueden degustar los productos recién cosechados y posteriormente en jugos, mermeladas, helados y otros postres, por ejemplo del mes de julio a agosto la fruta que más se produce es la sandía y el melón, de abril a mayo las naranjas y de diciembre a febrero los mangos y grosellas.

También coleccionarán vegetales para la preparación de ensalada y sopa de su almuerzo y cena.

Se informará sobre los platos que pueden prepararse y del valor nutritivo de los productos recolectados.

Elemento escénico: Una canasta bien decorada

Tiempo estimado de la actividad: 1 hora 30 minutos

3.14.2. ELABORACIÓN DE MERMELADAS CASERAS

Serán partícipes de la elaboración de las mermeladas que se producirán artesanalmente las cuales serán de uso exclusivo para los turistas hospedados en ellas.

Para la elaboración de las mermeladas se utilizarán productos de Montañita y de otras regiones del país, preferiblemente de la costa.

Elemento escénico: Delantal y gorro de chef

Tiempo estimado de la actividad: dos horas.

3.14.3. ELABORACIÓN DE QUESOS

El queso es el producto estrella de la comunidad de Montañita, es una actividad en la que puede participar toda la familia visitante. Se dará una explicación detallada de su proceso y de la tradición de elaboración de quesos.

Los turistas podrán degustar la cuajada y posteriormente los quesos.

Elemento escénico: Delantal, guantes, y otros accesorios.

Tiempo: De 3 a 4 horas

3.14.4. ELABORACIÓN DE YOGURT

La leche ordeñada en la mañana por los turistas será utilizada para la preparación del yogurt, en cantidad necesaria para su estadía.

Elemento escénico: Delantal, guantes, y recipiente con el nombre del turista para su posterior ingesta.

Tiempo estimado de esta actividad: una hora y media.

3.14.5. PAN DE CASA

El pan de campo horneado con leña tiene su encanto y sabor diferente al urbano, por lo que será una actividad familiar para degustar pan elaborado por sus propias manos para algún miembro de su familia.

Elementos escénicos: Delantal, gorro de panadero, elaboración de panes de figuras.

Tiempo estimado de esta actividad: dos horas.

3.14.6. ARREO DE ANIMALES

Los turistas participarán en el arreo de animales para meterlos en los establos o para su ordeño.

Elemento escénico: Ponchos y varas

Tiempo estimado: 1 hora

3.14.7. ALIMENTACIÓN DE TERNEROS

Los terneros provocan por lo general ternura y deseo de acariciarlos y alimentarlos por lo que será una actividad que no demanda mucha energía física y será de muy grata recordación para el turista.

Elemento escénico: Si hay un ternero recién nacido: la selección de un nombre, contar historias sobre las travesuras de los terneros.

Tiempo estimado: 45 minutos

3.14.8. ASEO Y PASEO A CABALLO

Se realizará el cepillado y alimentación de caballos para iniciar cabalgatas en los alrededores, acompañados o solos según el/ la turista lo desee.

Elemento escénico: Se seleccionará los animales más mansos y mejor domados y sombreros.

Tiempo estimado: 1 hora

3.14.9. INTERCAMBIO CULTURAL

El / la turista y su familia compartirán alguna costumbre de su localidad o de su familia con la comunidad que les recibe.

Elemento escénico: A cargo de la familia

Tiempo estimado: 1 hora

3.14.10. TRANSMISIÓN DE RIQUEZA ORAL

Considerando que la Comuna Montañita tiene una riqueza cultural en historias y leyendas se podría escenificar varias de sus leyendas por parte de miembros de la comunidad y también turistas, sobre todo en la noche donde se creará un ambiente misterioso y de expectativa para el siguiente día, como por ejemplo el duende y los niños malcriados cuando iban a recoger taxos les salía el duende, pero solo el sombrero y mientras más malcriados más grande el sombrero.

Otra historia es la de la llorona, entre otros, o la de la convocatoria a la guerra que fue una broma de uno de los varones mayores de la parroquia y que hizo que todos los jóvenes se escondieran en el monte por varios días.

Elemento escénico: Un teatrillo iluminación con velas, un licor.

Tiempo estimado: 30 minutos

3.14.11. VISITA A LAS CASCADAS DE ALEX

Los turistas visitarán el conjunto de cascadas de ALEX ubicadas en la comunidad de Olón donde podrán disfrutar de la naturaleza y un poco de aventura.

Elemento escénico: caballos o tractor ecológico

Tiempo estimado: 2 horas

3.14.12. CAMINATA A LAS ZONAS DE BOSQUES PROTEGIDOS

Caminata a la cordillera, zona de bosques protegidos, una variante podría ser, realizarla a caballo y al regreso podría recogerles un vehículo en la comunidad de pajiza.

Elemento escénico: Al llegar a la zona se pondrá una pamba mesa, en la que los turistas llevarán los productos que han elaborado el día anterior.

En la travesía se transmitirá al turista lo que significa para la población la zona de bosques protegidos.

Tiempo estimado: 4 horas

3.15. PROGRAMA 3

RESCATE DE TRADICIONES ORALES

Proyecto 3.1 RECOPIACIÓN DE LAS TRADICIONES DE LA PARROQUIA

Como se ha mencionado en esta tesis, la riqueza oral de la comuna, a más de la culinaria y de otras tradiciones es bien nutrida, sin embargo se está perdiendo con la modernidad, por lo que se contratará un profesional que recopile, edite y publique las memorias de la parroquia.

Este trabajo será la base de las expresiones de manifestaciones culturales de la comuna.

Proyecto 3.2 CREACIÓN DE UN GRUPO DE TEATRO

Con la finalidad de difundir la riqueza cultural de la comuna, así como para la expresión de la imaginación de nuevas ideas, se creará un grupo de teatro que sería coordinado por una facultad de artes o similar en una de las universidades con las que se suscriba convenios, como por ejemplo la Universidad Central, reconocida por la facultad mencionada.

Proyecto 3.3 CREACIÓN DE UN GRUPO DE MÚSICA

Se pretende crear un grupo de música que a más de interpretar música ecuatoriana y latinoamericana, componga música de Montañita basada en la recopilación de tradiciones de la Comuna.

Los tres proyectos mencionados podrían ser financiados por el Ministerio de Cultura, Casa de la Cultura y el Municipio de Santa Elena que consistiría en capacitación, vestuario, instrumentos y escenarios.

Proyecto 3.4 FUSIÓN DE LOS GRUPO DE DANZA EN “MONTAÑITA”

Actualmente existen dos grupos de danza en la parroquia: Flor del Amanecer y San José; y se trata de fundirlos y crear un solo grupo de la parroquia con pobladores de distintas edades y que creen coreografías específicas de Montañita, de forma que contribuya a la unidad y eleve el autoestima de la Comuna.

Para este proyecto existe la aceptación formal de la Casa de la cultura, quien se encargará de la capacitación y las coreografías, y solicita que como contraparte la Junta Parroquial se encargue de los refrigerios a los bailarines en los talleres de capacitación.

3.15.1. UTILIZACIÓN DE SALÓN DE ACTOS

Para facilitar las expresiones artísticas de las creaciones que se logren, se podrá utilizar el salón de actos junto a la oficina de la Comuna, que servirá como teatro,

ya que presenta facilidades que podrían aprovecharse, y en caso de requerirlo se pueden hacer las presentaciones en el salón de actos grandes.

3.16. PROGRAMA 4

4. DECLARACIÓN DEL VALLE DE MONTAÑITA COMO VALLE ECOLÓGICO

Montañita considerado que es el pulmón de la ciudad, según PLANDETUR 2020, ya que sus extensas zonas verdes proveen de aire puro para la ciudad, y también provee de agua para una gran cantidad de población que reside al sur de la comuna, se solicitará al gobierno provincial o al ministerio de patrimonio cultural declare valle ecológico libre de minas y de contaminación.

Uno de los problemas detectados en el área agrícola de Montañita es que los precios pagados por los intermediarios son muy bajos, que en ocasiones no cubre ni los costos de producción, considerando que la agricultura orgánica tiene mejor rentabilidad la producción agrícola sería orgánica acompañada de otros componentes, en los que posteriormente participarían o visitarían los turistas.

Proyecto 4.1 AGRICULTURA ORGÁNICA

Para obtener mejor rentabilidad de la tierra fértil y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, se propone la producción de productos orgánicos de la sierra, y que ya se producen en la parroquia pero con formas de cultivo tradicional.

Proyecto 4.2 PRODUCCIÓN DE PLANTAS MEDICINALES

Hay una inmensa variedad de plantas medicinales, que incluso le ha merecido a Montañita la denominación de “La Farmacia Verde”, eslogan para determinar la utilización de plantas medicinales que podrían ser una alternativa no costosa y accesible para la población, puesto que además se utilizaría sus conocimientos ancestrales sobre las plantas.

Proyecto 4.3 INDUSTRIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

En todo el territorio ecuatoriano se debería promover el pasar de zonas de producción a también zonas de industrialización, que implica un valor agregado que es posteriormente reconocido en los mercados, mejorando las posibilidades de incrementar los ingresos.

En Montañita se podría trabajar deshidratando frutas y tubérculos, y crear una mayor oferta de productos lácteos, como por ejemplo helados con marca del Volcán.

Proyecto 4.4 RECOLECCIÓN DE BASURA DIFERENCIADA

Lo que implica varias actividades y requerimientos, como concienciación de la población, y dotación de recolectores tanto familiares como comunitarios que faciliten su recolección.

Para implementar este proyecto se solicitará la asesoría y acompañamiento de la Municipalidad de Santa Elena.

Proyecto 4.5 RECICLAJE DE BASURA

Con miras a obtener abono orgánico, tanto para la producción orgánica de la comuna como para venderlo en el resto de la provincia.

Proyecto 4.6 TRATAMIENTO DE AGUAS SERVIDAS

Que podría ser el inicio para que la comuna, inicie un tratamiento global de sus aguas, sin embargo eso es una aspiración a largo plazo tanto por el estudio como costo y procesos de contratación, por lo que iniciar como piloto en Montañita sería un avance para la ciudad y para descontaminar el agua que entrega la parroquia.

Esto es un proyecto de ingeniería que tendría que ser realizado por el Municipio de Santa Elena.

Proyecto 4.7 TRACTOR ECOLÓGICO

La propuesta es conseguir una donación de Venezuela o Brasil de un tractor bimotor que funcione con biocombustible y electricidad, que no contamine el ambiente.

Existe un convenio suscrito con el gobierno de Venezuela para cooperación para distintas iniciativas, cuya contraparte ecuatoriana son el Ministerio de Inclusión Social y el Ministerio de Finanzas, la duración del convenio es de 5 años a partir del 2006 renovados y firmados el 12 de mayo del 2012 según [www.telesurtv.net/.../venezuela-y-ecuador-suscriben-4-acuerdos-de cooperación](http://www.telesurtv.net/.../venezuela-y-ecuador-suscriben-4-acuerdos-de-cooperación).

5. PROGRAMA 5 MEJORAMIENTO DE EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

Proyecto 5.1 CREACIÓN DEL MUSEO VOLCÁNICO

La idea es que se convierta en una visita obligada dentro de las actividades de la Defensa Civil para hacer más tangible la cultura de prevención de desastres, enfocada a los estudiantes de educación básica, media y bachillerato, creando el hábito de visita y quienes después irán con su familia y amigos.

Para su creación se puede conseguir apoyo del Instituto Geofísico, del Municipio de Santa Elena, y del Ministerio de Seguridad.

Para su funcionamiento podría restaurarse una de las casas antiguas que existen en el centro poblado de Montañita, que podría ser responsabilidad del Instituto de Patrimonio Cultural

Proyecto 5.2 CONSTRUCCIÓN DEL CAFÉ DE MONTAÑITA CON PLATO

5.2.1. PRINCIPAL PESCADO AL BAMBÚ

Este proyecto propone que se construya un establecimiento en la comunidad de Montañita, donde haya organización del barrio, e incluso tienen una posible ubicación para un local en la parte sur este de la iglesia.

Mientras se realiza la construcción de una cafetería adecuada, se podría utilizar en una primera fase la casa de la comunidad, ubicada justo al frente de la iglesia San Isidro Labrador.

La estrategia de comercialización sería el promocionar que se utilizan los ingredientes que se producen en la zona, especialmente para ceviche y encebollado, y se acompañaría con productos de otras comunas.

Proyecto 5.3 ADECENTAMIENTO DEL MIRADOR DEL SANTUARIO

Acción urgente debido a que es la entrada a la comuna, se requiere adoquinamiento y balcones para los bordes del mirador, así como la construcción de casetas rústicas para la venta de artículos religiosos y artesanías.

Proyecto 5.4 UBICACIÓN DE PARQUEADEROS

Necesario debido al gran número de vehículos que llega al centro poblado los fines de semana crean congestión y dificulta el paseo por la población, por lo que se requiere de una zona que facilite el aparcamiento y una caminata segura y sin obstáculos. Se deberá incluir el estacionamiento para bicicletas.

Proyecto 5.5 CREACIÓN DE UN ÁREA DE RECREACIÓN

Con decoración y señalización relacionada con la naturaleza de Montañita, que incluya senderos auto guiados canchas deportivas, actividades culturales, infraestructura para stands de alimentación repartida entre las comunidades de la parroquia, el área deberá contar con facilidades para discapacitados y un jardín botánico que muestre la rica biodiversidad de los distintos pisos climáticos que posee la parroquia.

PROGRAMA 6 CREACION DE UN JARDIN BOTANICO

Proyecto 6.1 GESTIONAR EL ESPACIO FÍSICO CON EL RECTOR DEL COLEGIO TÉCNICO MANGLARALTO

Visita personal de la comisión al establecimiento educativo para la firma del convenio en la que el rector del colegio se compromete a ceder un espacio físico para la implementación del jardín botánico.

PROYECTO 6.2 INSERTAR A LOS TÉCNICOS BACHILLERES EN EL PLAN DE DESARROLLO AGROTURÍSTICO.

Charla de concientización a los estudiantes sobre la importancia del medio ambiente y su prioritaria implementación y cuidado, para mejorar el oxígeno interno y externo al colegio.

PROYECTO 6.3 SENSIBILIZAR EL CONJUNTO DE ALUMNO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL MEDIO AMBIENTE.

Incentivar al colectivo de estudiantes en las actividades del reciclaje y elaboración de abonos orgánicos para ser suministrados al jardín botánico y a los cultivos cercanos a la institución para que los agricultores del sector se involucren en actividades de producción orgánica.

PROYECTO 6.4 CONSOLIDACIÓN DEL TERRENO PARA EL JARDÍN BOTÁNICO

Selección de especies, elección del lugar de plantación, abonado, cuidado, etc., son acciones complementarias a la implementación del jardín

PROYECTO 6.5 TRABAJO DE CAMPO

Comprometer a los estudiantes para que mediante grupos de trabajo semanal o quincenal se responsabilicen por el cuidado y mantenimiento del jardín.

3.19. LINEAS DE ACCIÓN PARA PROMOCIONAR EL AGROTURISMO EN LA COMUNA MONTAÑITA

Las actividades que a continuación detallo se las realizó en la comuna montañita, para promocionar de una manera eficiente el agroturismo, propósito principal del plan.

3.19.1. TURISMO DE AVENTURA (CABALGATAS)

He diseñado un circuito en cuyo recorrido están integradas las fincas principales fincas que participan en el plan, Finca Divina Providencia, los Rosales y La chacrita.

Líneas de acción:

- 1.- READECUACIÓN Y SEÑALAMIENTO DE LA RUTA
- 2.- NOMBRES CIENTÍFICOS DE ÁRBOLES Y CULTIVOS
- 3.- TIEMPO DE RECORRIDO LLEGADA A LA FINCAS
- 4.- INDUCCIÓN DE LAS DIFERENTES ÁREAS DE LAS FINCAS
- 5.- REFRIGERIO.
- 6.- DIÁLOGO ANCESTRAL

3.19.2. ESPECIFICACIONES EN LOS TRIPTICOS, DIPTICOS Y HOJAS VOLANTES

CICLOPASEO – CAMINATAS

- Readecuación y señalamiento de la ruta
- Nombres científicos de árboles y cultivos
- Tiempo de recorrido llegada a la fincas
- Inducción de las diferentes áreas de las fincas
- Refrigerio.
- Diálogo ancestral

3.19.3. OBSERVACION DE RECURSOS NATURALES Y CULTURALES:

EL constante deterioro del medio ambiente es un tema que nos influye de manera significativa ya que este es un recurso del cual todo el planeta depende y si no tenemos conciencia sobre la importancia del cuidado de nuestros recurso, estaríamos inconscientemente destruyéndola y creando un ambiente impuro para nuestros descendientes. Esta prioridad se la debe concientizar en el habitante local, turista nacional e internacional para que contribuya con el cuidado y el reciclaje que se pretende también desarrollar en el plan

3.19.4. EXPERIENCIA GASTRONÓMICA:

- Insertar al turista en la preparación de alimentos
- Cosechar los insumos necesarios para la preparación de los platos
- Compartir la preparación de los alimentos
- Servirse los alimentos, solicitar críticas, colaborar en el aseo, detalles del aprendizaje.

3.20. BENEFICIOS DEL AGROTURISMO

EN LO ECONÓMICO:

- Capacitación de divisas para el desarrollo nacional
- Generación de fuentes de empleo
- Readecuación y creación de nuevas infraestructuras para el mejoramiento comunal
- Reducción de índices de de emigración

EN LO SOCIAL:

- Mejoramiento en la calidad de vida
- Experiencias de convivencias entre el turista y el comunero para compartir formas de vida y costumbres
- Fortalecimiento y capacitación del talento humano para operar como emprendedores de su negocio
- Motivar a la comunidad a participar en la elaboración de proyectos de desarrollo

EN LO AMBIENTAL:

- Aprovechamiento y explotación de los recursos naturales
- Conservación y cuidado de zonas protegidas
- Divulgación del aprovechamiento de los recursos naturales
- Motivar a la conservación del medio ambiente, mediante talleres de capacitación ambiental.

EN LO EDUCATIVO:

- Desarrollo de nuevas tecnologías para a la aplicación y fortalecimiento del agroturismo.
- Creatividad en el diseño de proyectos agroturísticos para luego comercializarlos a precios razonables.
- Proporcionar talleres de desarrollo agroturísticos para lograr mejoras en la comunidad.

3.21. CONCLUSIONES

1. La población de Montañita posee una vocación agrícola, las actividades de turismo que han empezado a florecer hace poco tiempo están relacionadas con el ecoturismo, la población está orgullosa del aire puro, de sus paisajes y en general lamentan la progresiva pérdida de sus tradiciones.
2. El **FODA** desarrollado a la comuna demuestra que está posicionada en el mercado de los residentes de la Provincia y del mercado internacional.
3. La población que reside en la Comuna debe aprovecharse para educación y capacitación en cultura y desarrollo agroturístico, con lo que posicionaría aún más en el colectivo ciudadano
4. Las tierras de la parroquia son muy fértiles, sin embargo los altos precios de producción y bajos de comercialización han desincentivado la agricultura.
5. Al inicio de la investigación se recibió como insumo que la comunidad no asistía a eventos de capacitación, esto contrasta con la recogida directamente de la población que pide capacitación en actividades turísticas, esto podría deberse a que la comunidad está despertando al agroturismo como alternativa económica
6. Existe apoyo de autoridades municipales y provinciales con lo que se ha conseguido la realización de actividades de diversa naturaleza.
7. La gestión de la Comuna y de su presidente, el Sr. Leonel Del Pezo tiene muy buena aceptación entre la población de Montañita.

3.22. RECOMENDACIONES

1. Las condiciones naturales, culturales y el orgullo de la población pueden ser conjugadas para fomentar y cultivar una conciencia agroturística en los residentes tanto de la comuna Montañita en general como de la Parroquia Manglaralto.

Para ello es necesario concienciar a la población de su significado y que sea ella misma que le vaya dando las características particulares de agroturismo participativo.

2. Considerando que su principal mercado está en el turista nacional e internacional, se recomienda que se fortalezca en forma permanente este mercado y que se dirija esfuerzos en una primera etapa para los residentes nacionales y posteriormente para extranjeros.

Razón para aprovechar las ventajas comparativas que tiene como es la cercanía a la ciudad, el aire puro, la asociación con eventos internacionales de surf para posicionarse como destino de fin de semana.

3. Para aprovechar la asociación de Montañita con eventos nacionales e internacionales se recomienda incluir en las actividades escolares visitas obligatorias a las comunidades, para crear el hábito de visita especialmente en los niños y jóvenes; y conocer lo nuestro.

4. Debido a que actualmente no es rentable la agricultura en Montañita, se recomienda se inicie el proyecto de agricultura orgánica que obtiene mejores precios en el mercado que la agricultura tradicional, lo cual influirá en la calidad de vida tanto de los consumidores como de la población.

5. Uno de los programas propuestos es la Inclusión de Montañita en las agendas de eventos municipales y provinciales, con esto se podría lograr mejoras a corto plazo y una rápida difusión como destino agroturístico.

6. Considerando que una de las corrientes mundiales actuales es la protección del medioambiente, se recomienda que Montañita inicie su camino hacia su Declaración como Valle Ecológico, para lo cual se lograría importante apoyo de la cooperación internacional de Alemania, Suiza, Italia, Corporación Andina de fomento entre otros.

7. Aprovechar la predisposición de la comunidad para realizar la sensibilización, capacitación e iniciar una cultura agroturística del sector.

8. Aprovechar al apoyo de las autoridades y el poder de convocatoria del Presidente de la Comuna para emprender los proyectos de mayor prioridad ampliándolo al nivel de las instituciones del gobierno central, especialmente de los ministerios que realizan actividades relacionadas con las actividades agropecuarias y de turismo.

PRESUPUESTO.

Para la ejecución del presente proyecto se prevé el siguiente presupuesto estimado, basado en costos referenciales consultados en el mes de Octubre a Noviembre del presente año:

Tabla N° 5
Presupuesto estimativo

Descripción	Rubro/Actividades	Costo
Estructura Cabaña Información Turística	Material básico para construcción	\$ 1,202.40
	Caña	\$ 225.00
	Cadi	\$ 650.00
	Puerta y ventana	\$ 555.00
	Instalación eléctrica	\$ 250.00
	Mano de obra	\$ 3,000.00
	Escritorio	\$ 450.00
	Silla de escritorio	\$ 95.00
	Mesa	\$ 300.00
	Sillas	\$ 200.00
	Vitrinas	\$ 800.00
	Perchas	\$ 300.00
	Rótulos	\$ 150.00
	Equipos y muebles de Cabaña de Información Turística	Computadora
Impresora multifuncional		\$ 300.00
Teléfono		\$ 250.64
Señalética y otros	Letreros informativos Fincas	\$ 400.00
	Adecuación área de descanso	\$ 4,000.00
	Adecuación bar de comidas	\$ 6,000.00
	Cestos de madera	\$ 225.00
Material Para Promoción	Trípticos	\$ 1,500.00
	Volantes	\$ 60.00
	Folletos	\$ 500.00
	Sourvenirs	\$ 1,220.00
	Radio	\$ 600.00
	Vallas publicitaria	\$ 1,500.00
	Letreros informativos	\$ 300.00
	Sub Total	\$ 24,733.04
Imprevistos	Varios 10%	\$ 2,473.30
TOTAL GENERAL		\$ 27,206.34

Elaboración: Alex Limón Rosales

Tabla N° 6
Presupuesto de Sueldos y Salarios
PRIMER AÑO

Personal	Cod	SUELDO		BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL		
		Sueldo	Total	XIII Sueldo	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo Reserva	Apor. Patronal	Total	Mensual	Anual
Administrador	AD	350.00	350.00	29.17	22.00	14.58		42.53	108.28	458.28	5,499.30
Asistente	AD	264.00	264.00	22.00	22.00	11.00		32.08	87.08	351.08	4,212.91
Guía	AD	264.00	264.00	22.00	22.00	11.00		32.08	87.08	351.08	4,212.91
Guía	AD	264.00	264.00	22.00	22.00	11.00		32.08	87.08	351.08	4,212.91
Total general		1,142.00	1,142.00	95.17	88.00	47.58		138.75	369.50	1,511.50	18,138.04

Elaboración: Alex Limón Rosales

Tabla N° 7
Presupuesto de Gastos Operativos

TIPO DE GASTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos y salarios	\$ 13,704.00	\$ 15,074.40	\$ 16,581.84	\$ 18,240.02	\$ 20,064.03	\$ 83,664.29
Beneficios Sociales	4,434.04	6,131.54	6,728.69	7,375.56	8,077.12	32,746.94
Depreciación Activos	3,219.70	3,219.70	3,219.70	2,476.37	2,476.37	14,611.85
Servicios Básicos	1,020.00	1,060.80	1,103.23	1,147.36	1,193.26	5,524.65
Capacitación al Personal	5,900.00	6,608.00	7,400.96	5,550.72	4,163.04	29,622.72
Permisos de funcionamiento	60.00	66.00	72.60	79.86	87.85	366.31
Sum. y Material-Apoyaturas	2,990.00	2,990.00	2,990.00	2,990.00	2,990.00	14,950.00
Gastos de Mercadeo	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	10,000.00
Comunicación	628.00	628.00	628.00	628.00	628.00	3,140.00
Rubro a las fincas	10,800.00	11,880.00	13,068.00	14,374.80	15,812.28	65,935.08
TOTAL	\$ 33,955.74	\$ 37,778.44	\$ 40,725.03	\$ 40,487.90	\$ 41,679.65	\$ 194,626.76

Elaboración: Alex Limón Rosales

BIBLIOGRAFÍA

- ESPOL. (6 de JUNIO de 2010). Obtenido de, (<http://blog.espol.edu.ec/kvlopez/2010/06/06/montanita/>)
- Comuna Montañita. (Mayo de 2012). Obtenido de (<http://archivomontanhita.blogspot.com/2012/05/descarga-la-memoria-oficial-del-caso.html>)
- Leonel Del Pezo. (5 de Octubre de 2012). Historia de La comuna Montañita. Montañita.obtenido de Entrevista
- Ruiz Andrés. (Diciembre de 2010). Obtenido de (<http://montanita-turismo.blogspot.com/2010/12/introduccion-e-historia.html>)
- Encarta Enciclopedia virtual Encarta 2011
- Silvia Álvarez, Etnicidades en la costa Ecuatoriana (1999:pag71),
- Brando, López, Veintimilla Tesis “El petróleo como atractivo turístico de la Península de Santa Elena”,
- Coronel, Marques 2008 Pág. 33
- Revista Sumpa (2006) Pág. 14).
- Brando, López, Veintimilla Tesis “El petróleo como atractivo turístico de la Península de Santa Elena” (2000). (Pág.27)
- Silvia Álvarez, Etnicidades en la costa Ecuatoriana (1999) (Pág. 134: 135).
- Brando, López, Veintimilla, EC. (2000). Tesis El petróleo como Atractivo Turístico de la Península de Santa Elena. Guayaquil, EC, ESPOL (Pág. 42)
- Wikipedia enciclopedia virtual Wikipedia
- Emile Durkheim (1985) en su libro Las reglas del método sociológico (Pág. 38).
- Paulo Carvalho (1989) (Pág. : 204, 205).

Jordi Gascón, y Ernest Cañada (2010) (Pág. 26).

MINTURT Turismo y Desarrollo Sustentable del Ministerio de Turismo (2007) (Pág. 5)

Clive L. Morley (2007) (Pág. 27)

Neil Leiper y John Hunt

Angelo Mariotti (1992) La industria del forastero en Italia: (Pág. 58)

Artur Borman (1933) (Pág., 27)

Robert Glücksmann (1935)

Walter Hunziker y Kart Krapf,

Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo En 1967, la (1967) (UIOOT) Pág. 38).

Oscar de la Torre Padilla (2005)” (Pág. 16)

Ley Federal de Turismo en su última reforma DOF 06-06-2000 (Pág. 54)

Organización Mundial de Turismo (OMT 2005-2007 (pág. 47)

La Cuenta Satélite de Turismo (2008 Pág. 18)

Ley de Turismo ecuatoriana, Publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002

OMT (Definición según la OMT, Cabrini: 2002)

José Manuel Castaño (2005)

Cohen (2001)

Cuenca (1995), (Pág. 17)

Buck (1978) (Pág. 28)

Nash, 1989, Pág. 15)

Dumazdier, 1974, (Nash, 1979b.

Wallingre- Toyos: 1998. Pág. 19.

OMT (Definición según la OMT, Cabrini: 2002. Pág., 54).

Programa Argentino de Turismo Rural “Raíces”: (2000, Pag. 9).

Barrera: 2003. Pág. 23

Programa de Iniciativa Comunitaria LEADER II Comunicazione CEE 94/C/180/12 Italia dell’1/7/1994)

Jorge Schaerer y Martine Sirven: 2001 Pág., 22.

Diccionario de Términos y Glosarios de Turismo y Hostelería (2007) (Pág. 25)

Programa Argentino de Turismo Rural “Raíces”: 2000 Pág. 27.

Definición según el decreto 128/1996 del País Vasco, modificado por el Decreto 210/97).

Programa de Iniciativa Comunitaria LEADER II Comunicazione 1994 Pág. 24.

Jorge Schaerer y Martine Sirven: 2001 p.8.

Atiaga Karina, Proaño Ma.Fernanda,(2000) (Pág. 54)

Plandetur, informe final 2007 p. 21). p.25

Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009.

Rekondo, 2005, p.23

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2003, p. 26).

Rekondo 2003, p.8.

Vogel, 2004, p. 47.

Zambrano, 2001.

Riveros, 2003

Barrera, E. 2004, p. 3.

Barrera E, 2006, p. 8).

LEADER y PRODER de la Unión Europea,

Propuestas metodológicas de la Unidad de Turismo Rural de La Universidad de Buenos Aires

Sociedad Andaluza de Asesoramiento e Información (SADAI)

PLANDETUR (2020) Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año 2020

DELGADO DE LA CUADRA, Esteban. Plan estratégico de turismo de la Península de Santa Elena 2006.

DELGADO DE LA CUADRA, Esteban. Plan estratégico de turismo de la Península de Santa Elena 2007 2014 parte 1

Banco de Perfiles de proyectos 2006.

DELGADO DE LA CUADRA, Esteban. Plan estratégico de turismo de la Península de Santa Elena Plan de promoción de la imagen de la mancomunidad de desarrollo turístico de la Península de Santa Elena 2007

DELGADO DE LA CUADRA, Esteban. Plan estratégico de turismo de la Península de Santa Elena, Plan de inversiones de líneas, programas y proyectos, del plan estratégico de desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena

DELGADO DE LA CUADRA, Esteban. Plan estratégico de turismo de la Península de Santa Elena, Normativas creadas para el funcionamiento de la veeduría ciudadana (estatuto y acta de constitución).2007

ECOTURISMO COMUNITARIO, ECUADOR, Bosque protector de la cuenca alta del río Guayllabamba, octubre del 2008

FLORES, Elizabeth Plan estratégico de turismo de la península de Santa Elena, 2007 2014, Proyecto

FEDIAP, El turismo rural como campo de observación, www.gestiónprivada.com.ar

FRANCARIO, Lucio y PAOLONI, Lorenza, Artículo 3 (Attivitàagroturistiche),

- en Rivista di Diritto Agrario, 2012, N° 2 y 3.
- GELSI BIDART, Adolfo, Propiedad y empresa agraria (aspectos constitucionales), en L.J.U., Tomo 89, Sección 2.
- GURRÍA DI-BELLA, Manuel, El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo, www.kiskeyaalternative.Org
- RIVEROS S. Hernando, El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Junio 2003.
- LUNA SERRANO, Agustín, Panorama normativo del derecho agrario catalán (El régimen jurídico de la actividad agraria en Cataluña), www.libroblancoagricultura.com
- MARTIRANO, Letizia, La leggequadrosull'agriturismo: le valutazionidelle organizzazioni agrituristiche, en Rivista di Diritto Agrario, 2009.
- NOVOA DA COSTA, Helio Alberto, Agroturismo ou turismo rural – Actividade agraria accesoria, en Revista de Direito Agrario (Brasilia), N° 15 (1er. semestre 2011).
- MINSTERIO DE TURISMO, Ecuador, Plan Integral de Marketing Turístico de
- MINTER.PIMTE 2009 2014
- MINISTERIO DE TURISMO. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, "PLANDETUR 2020", Cooperación técnica BID N° ATT/EG 9903 EC.
- Qualeturismo, en Rivista di Diritto Agrario, 2010, N° 1.
- SAAVEDRA METHOL, Juan Pablo, Curso de Derecho Agrario, tomo 1, FCU, Mdeo. 2010
- SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, Ángel, Nueva configuración jurídica de la actividad agraria, en www.libroblancoagricultura.com

TEDESCHINI, Federico,

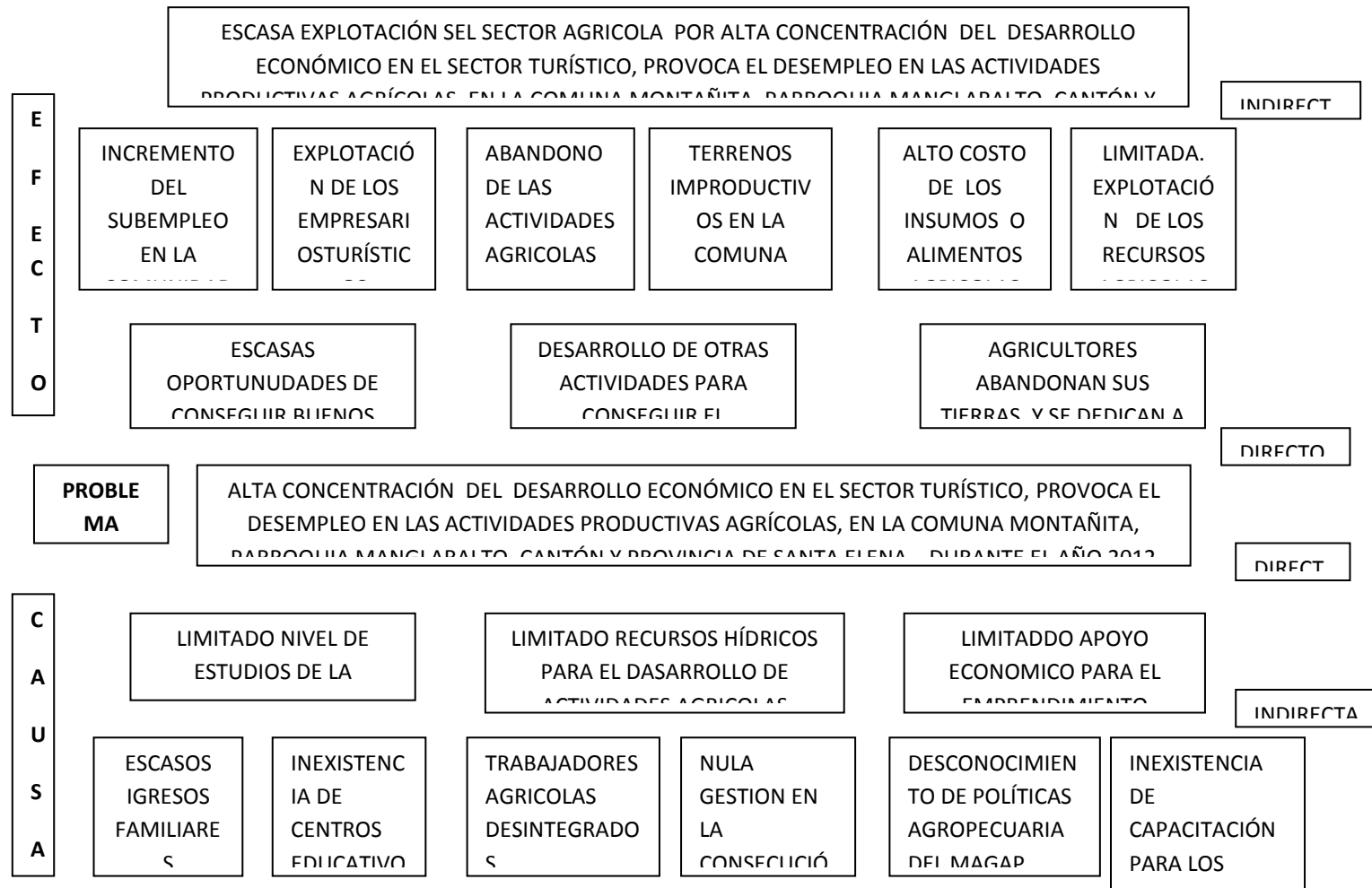
Ilquadro normativo dell'agriturismo: bilancio e prospettive, en Rivista di Diritto Agrario, 2011.

TURISMO RURAL:
www.promer.org

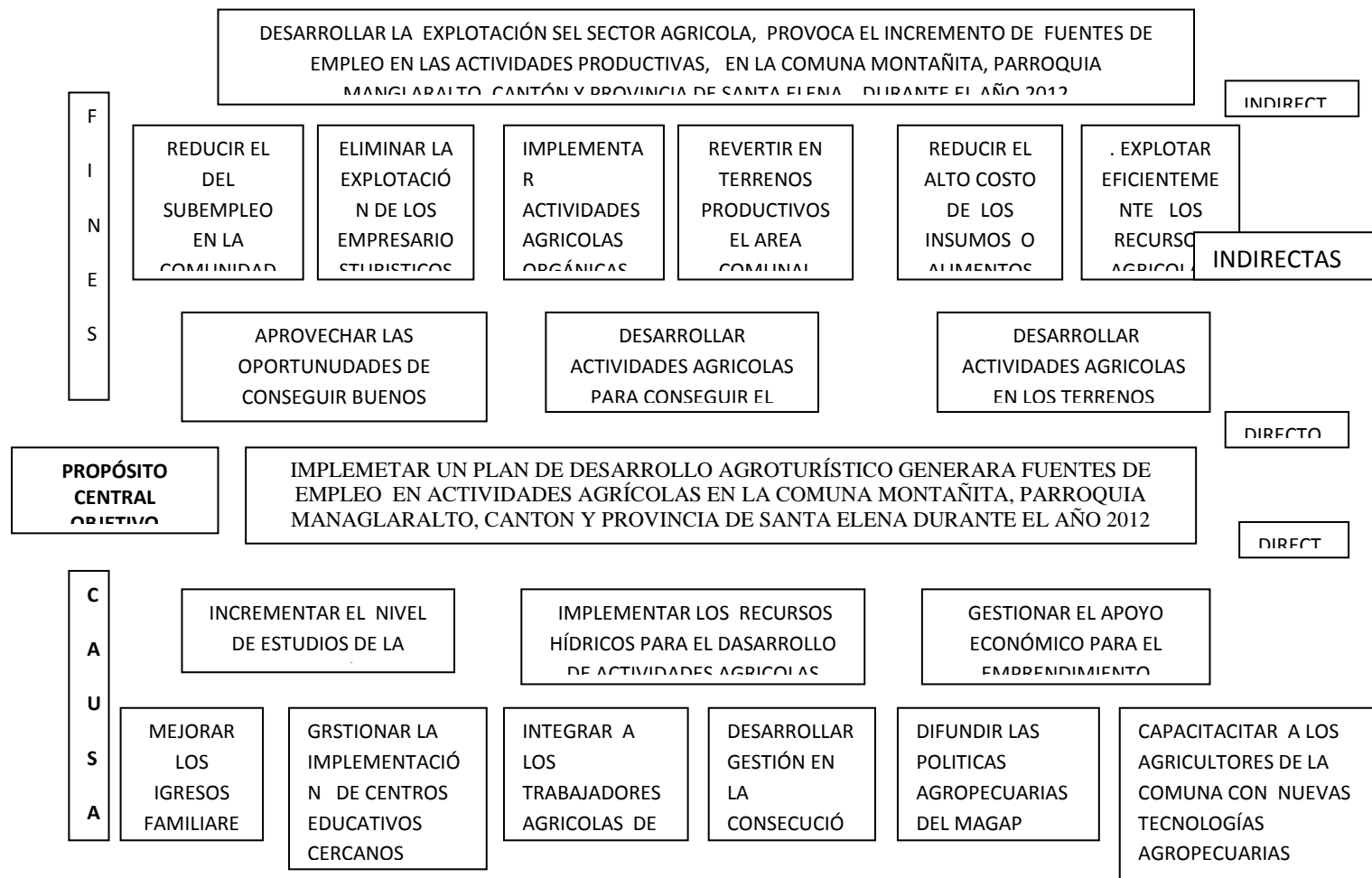
Una Actividad Innovadora, en

ANEXOS I

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ÁRBOL DE OBJETIVOS



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

PROBLEMA	HIPOTESIS	VARIABLES	CONCEPTUALIZACIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS
Alta concentración del desarrollo económico en el sector turístico, provoca el desempleo en las actividades productivas agrícolas, en la comuna Montañita, Parroquia Manglaralto, Cantón y	En la comunidad de Montañita no existe un plan de desarrollo agroturístico que maximice el aprovechamiento de los recursos naturales y la diversificación de actividades agrícolas en el logro de sus objetivos	VARIBLE INDEPENDIENTE Inexistencia de un plan de desarrollo agroturístico	Inexistencia. Falta o ausencia de una cosa en un lugar o en una situación (fuentes de empleo) Plan. Un plan suele referirse a un programa o procedimiento para conseguir un determinado objetivo, como por ejemplo. Desarrollo. Es un proceso por el cual cada ser humano tiene	Ocupados que perciben ingresos insuficientes Ocupados con jornada parcial Ocupados con jornadas de más de ocho horas Ocupados sin prestaciones Proceso de planificación Objetivos Planes	¿Son suficientes los ingresos que perciben los agricultores? Trabajan los agricultores jornadas completas ¿Reciben los agricultores los beneficios sociales	Observación

<p>Provincia de Santa Elena durante el año 2012</p>			<p>que vivir para ir creando una madurez adecuada a su edad. Es una secuencia de cambios tanto del pensamiento como sentimientos y sobre todo el más notorio es el físico, dándose estos cambios se llega a una madurez tanto intelectual, social como muscular y de esta manera el individuo se va desarrollando en todas sus dimensiones.</p> <p>Agroturismo. Desde el punto de vista turístico y según las nuevas tendencias que se están dando en esta materia, se aprecia que</p>	<p>Políticas Programas Preservación de la biodiversidad</p> <p>Utilización racional de los recursos naturales</p> <p>Protección del sitio</p> <p>Gestión de desechos</p> <p>Control del desarrollo</p>	<p>¿Participa la comunidad en la planificación local</p> <p>Existen políticas de preservación de la biodiversidad</p> <p>Aprovechan los desechos como</p>	<p>Encuestas</p>
---	--	--	---	--	---	------------------

		<p>las comunas rurales, además de formar entre sí un circuito unido por compartir un territorio homogéneo, se les asocian importantes atractivos turísticos naturales y culturales, así como importantes y variados recursos turísticos dentro de los predios agropecuarios con un nivel mínimo de desarrollo y en estado de sub-utilización</p> <p>Maximizar es un término que refiere a la búsqueda del máximo rendimiento. La maximización consiste en aprovechar o</p>	<p>Satisfacción del turista</p> <p>Satisfacción de la población local</p> <p>Viabilidad de la actividad agroturístico</p> <p>Atracción de la comuna</p> <p>Capacidad agroturística</p> <p>Mejoramiento de la calidad de</p>	<p>alternativas de ingresos</p> <p>Se monitorea el desarrollo comunal</p> <p>Esta satisfecho el turista con la oferta de productos</p> <p>Sera viable el desarrollo de la actividad agroturístico</p>	<p>Entrevistas</p>
--	--	--	---	---	--------------------

		<p>explotar todo lo posible ciertos recursos o funciones</p> <p>Los recursos naturales son aquellos bienes y servicios que proporciona la naturaleza de forma directa, sin la intervención del ser humano. Estos recursos resultan vitales para el desarrollo humano, ya que permiten obtener alimentos, producir energía y subsistir a nivel general.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Maximizar el aprovechamiento de recursos naturales y la</p>	<p>vida</p> <p>Respeto de valores socioculturales</p> <p>Intensidad del uso de la tierra</p> <p>Impacto social</p> <p>Ingresos de los agricultores</p> <p>Máximo rendimiento de los cultivos</p> <p>Conservación de los recursos</p>	<p>Sera positivo el impacto social que tenga la comunidad</p>	<p>Focos</p>
--	--	--	--	---	--------------

		diversificación de actividades agrícolas	<p>La diversificación es el resultado de la acción de diversificar. Este verbo, por su parte, se refiere a hacer que aquello que tenía uniformidad o que carecía de variantes, pase a ser variado y heterogéneo. Diversificar, en otras palabras, es aportar diversidad (pluralidad).</p> <p>La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos los trabajos relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de</p>	naturales		grupo
				Diversificación de actividades productivas	Se plica algún programa de conservación de los recursos naturales	
				Conservación de los recursos naturales desde una perspectiva internacional		

			<p>vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar destinadas a la producción de alimentos y a la obtención de verduras, frutas, hortalizas y cereales.</p>	<p>Generación de fuentes de empleo para los agricultores</p> <p>Reducción de costos de insumos</p>	<p>Traerá buenos rendimientos económicos el desarrollo de un plan agroturístico</p>	
--	--	--	---	--	---	--

ANEXOS II

ENCUESTAS REALIZADAS A AGRICULTORES

Genero de los encuestados

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Femenino	6	18%
Masculino	28	82%
TOTAL	34	100%

Edad de encuestados

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
20 -29	3	9%
30 39	3	9%
40 49	3	9%
50 59	8	23%
60 69	11	32%
70 79	4	12%
80 89	2	6%
TOTAL	34	100%

Se dedica solamente a la agricultura

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	28	82%
No	6	18%
TOTAL	34	100%

Ha recibido capacitaciones en producción agrícola

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	12	35%
No	22	65%
TOTAL	34	100%

La producción agrícola le genera rentabilidad

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	13	38%
No	21	62%
TOTAL	34	100%

Aceptación de la creación de un plan de desarrollo agroturístico

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	27	79%
No	7	21%
TOTAL	34	100%

Actividades que le gustaría realizar

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cabalgata	6	18%
Senderismo	1	3%
Camping	4	12%
Avistamiento de aves	1	3%
Observación y preparación de productos Agrícolas	12	35%
Ninguno	10	29%
TOTAL	34	100%

¿Estaría usted de acuerdo en recibir capacitación?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	31	91%
No	3	9%
TOTAL	34	100%

Tiempo adecuado para que un turista pueda hospedarse en su finca y conocer sobre la actividad Agroturística

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 Semana	12	41%
2 Semanas	14	35%
3 Semanas	6	18%
Más de 3 semanas	2	6%
TOTAL	34	100%

Qué tipo de alojamiento emplearía

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hostería	4	12%
Casa	21	62%
Cabañas Comunitarias	9	26%
TOTAL	34	100%

**Considera que con la implementación de un plan de desarrollo Agro
turístico generaría mayor rentabilidad para su finca**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	31	91%
No	3	9%
TOTAL	34	100%

ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTA

Nacionalidad de encuestados

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ecuatorianos	19	36%
Extranjeros	34	64%
TOTAL	53	100%

Edad

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
12 - 18 años	2	4%
19 - 25 años	3	6%
26 - 31 años	4	7%
32 - 38 años	7	13%
39 - 45 años	17	32%
45 y mas años	20	38%
TOTAL	53	100%

Género

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	22	42%
Femenino	31	58%
TOTAL	53	100%

Ocupación

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Empresarios	7	13%
Empleados	16	30%
Profesionales	6	11%
Estudiantes	20	38%
Otros	4	8%
TOTAL	53	100%

Motivos del viaje

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Vacaciones	21	39%
Negocios	5	9%
Visitas a parientes	3	6%
Estudio	2	4%
Salud Diversión	19	36%
Otros	3	6%
TOTAL	53	100%

Durante su viaje a La Comuna Montañita ¿le gusto?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	39	74%
No	14	26%
TOTAL	53	100%

Atractivos que han sido de su preferencia (culturales)

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Folklore	2	4%
Comida	19	36%
Danza	3	6%
Fiestas Populares	1	2%
Artesanía	17	32%
Música	5	9%
Deportes extremos	6	11%
TOTAL	53	100%

Atractivos que han sido de su preferencia (Naturales)

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cascada	5	9%
Ríos	6	11%
Montaña	13	25%
Playa	29	55%
TOTAL	53	100%

Su viaje lo realizó

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Solo	10	19%
Familia	5	9%
Amigos	38	72%
TOTAL	53	100%

Considera que los atractivos Turísticos localizados en la Comunidad de Montañita posibilita la creación de un proyecto Agroturístico.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	49	92%
No	4	8%
TOTAL	53	100%

Le gustaría participar de un proyecto Agroturismo

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	45	85%
No	8	15%
TOTAL	53	100%

Cuál sería el tiempo de permanencia adecuado para un proyecto de Agroturismo

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 Semana	7	13%
2 Semanas	4	8%
3 semanas	15	28%
Más de 3 semanas	27	51%
TOTAL	53	100%

Qué tipo de alojamiento utilizaría

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hostería, Hostal	10	19%
Casa	15	28%
Cabañas Comunitarias	28	53%
TOTAL	53	100%

Su gasto promedio diario por persona es de

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de \$ 30	34	64%
Entre \$ 31 – 60	7	13%
Entre \$61 – 90	6	11%
Entre \$91 – 120	4	8%
Más de \$120	2	4%
TOTAL	53	100%

Entrevistas a dirigentes comunales

Actividades a que se dedica la comunidad

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pesca	0	0%
Agricultura	3	37%
Turismo	5	63%
TOTAL	8	100%

Habitantes que se dedican actividades netamente agrícolas

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Turismo	5	62%
Artesanía	2	25%
Agricultura	1	13%
TOTAL	8	100%

La producción agrícola genera rentabilidad en este sector

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	2	25%
Tal vez	2	25%
TOTAL	8	100%

Tiene conocimientos acerca de lo que es Agroturismo

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	1	13%
Tal vez	1	12%
TOTAL	8	100%

Recibiría capacitación para desarrollar actividades agroturística en la comunidad

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	1	13%
Tal vez	1	12%
TOTAL	8	100%

El Agroturismo, diversificaría las actividades económicas a la comuna

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	2	25%
Tal vez	2	25%
TOTAL	8	100%

ENTREVISTAS A AUTORIDADES DE TURISMO

Actividades a la que se dedican los habitantes de la comunidad de Montañaíta.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pesca	3	43%
Agricultura	3	43%
Turismo	1	14%
TOTAL	7	100%

Qué planes a nivel turístico tiene para la comunidad de Montañita y sus habitantes

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Turismo	5	72%
Artesanía	1	14%
Agricultura	1	14%
TOTAL	7	100%

El agroturismo diversificaría las actividades económicas a la comuna

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	4	57%
No	2	29%
Tal vez	1	14%
TOTAL	7	100%

Están dispuestos a colaborar para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad agroturísticas en el sector

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	86%
No	1	14%
Tal vez	0	0%
TOTAL	7	100%

La comunidad necesita fortalecer el sistema productivo agrícola

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	6	86%
No	0	0%
Tal vez	1	14%
TOTAL	7	100%

**Lineamientos que aplicarían para este tipo de proyectos
Agroturísticos**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Recursos	3	43%
Capacitación	3	43%
Apoyo Logística	1	14%
TOTAL	7	100%

ANEXOS III



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO**

La presente encuesta pretende levantar información para el trabajo de tesis; **“Plan de desarrollo agroturístico en la comuna Montañita, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena 2012.”** Su aporte es de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación. A continuación se le realizará algunas preguntas y de antemano se le agradece por su información.

ENCUESTAS A FINQUEROS DEL SECTOR

Sexo: F. M.

1. Edad _____

2. ¿Se dedica solamente a la agricultura?

Si No

3. ¿Ha recibido capacitaciones en producción agrícola?

Si No

4. ¿La producción agrícola le genera rentabilidad?

Si No

5. De realizarse un proyecto de Agro Turismo en la comunidad en el cual los turistas puedan integrarse a su cultura, tradición y costumbres. ¿Le gustaría participar?

Si

No

6. Si su respuesta a la anterior pregunta es afirmativa marque que actividades le gustaría realizar en dicho lugar.

Cabalgata

Avistamiento de aves

Senderismo

observación y preparación de productos Agrícolas

Camping

7. ¿Estaría usted de acuerdo en recibir una capacitación para desarrollar actividades agroturísticas en su finca?

Si

No

8. ¿Qué tiempo considera usted adecuado para que un turista pueda hospedarse en su finca y conocer sobre la actividad Agroturística?

1 semana 2 semanas 3 semanas más de 3 semanas

9. ¿Qué tipo de alojamiento utilizaría?

Hostería Casa Cabañas Comunitarias

10. ¿Considera que con la implementación de un plan de desarrollo Agroturístico le generaría mayor rentabilidad para su finca?

Si

No



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO**

La presente Encuesta pretende levantar información para el trabajo de tesis; “PLAN DE DESARROLLO AGROTURISTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTON SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA” 2012. Su aporte es de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación. A continuación le realizare algunas preguntas y de antemano le agradezco por su información.

ENTREVISTAS A DIRIGENTES COMUNALES

1. ¿Cuáles son las actividades netamente de los habitantes de la comunidad y a que se dedican exclusivamente?

2. Conoce a personas o habitantes de la comunidad que tengan sus fincas y se dediquen a actividades netamente Agrícolas y a su criterio podría enumerarlas o decirnos cuantos existen?

3. ¿Considera usted que la producción agrícola en este sector genera rentabilidad?

4. ¿Tiene conocimientos acerca de lo que es Agroturismo?

5. ¿Estaría usted de acuerdo en recibir una capacitación para desarrollar actividades agroturísticas en la comunidad?

6. ¿Cree usted que la implementación de un plan de desarrollo agroturístico, diversificaría las actividades económicas a la comuna?



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO**

La presente Encuesta pretende levantar información para el trabajo de tesis; “PLAN DE DESARROLLO AGROTURISTICO EN LA COMUNA MONTAÑITA, CANTON SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2012”. Su aporte es de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación. A continuación le realizaré algunas preguntas y de antemano le agradezco por su información.

ENTREVISTAS A AUTORIDADES DE TURISMO

1. ¿Conoce usted a que se dedican los habitantes de la comunidad de Montañita?

2. ¿Qué planes a nivel turísticos tienen para la comunidad de Montañita y sus habitantes?

3. ¿Cree usted que la implementación de un plan de desarrollo agroturístico, diversificaría las actividades económicas a la comuna?

4. ¿Cómo entes mediadores del Turismo estarían dispuestos a colaborar para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad agroturísticas en el sector?

5. ¿Considera usted que para poder incursionar en esta actividad Agro turística, la comunidad necesita reactivar el sistema productivo agrícola?

6. ¿Cuales serian las estrategias y los lineamientos que aplicarían como mediadores del turismo para este tipo de proyectos?

2. EL VIAJE:

¿Cuál fue el motivo de su visita a la Comuna Montañita?

Vacaciones Negocios Visita a parientes

Estudio Salud Diversión

Otros (Especifique).....

3. Durante su viaje conoció La Comuna Montañita.

Si No

4. Si su respuesta fue afirmativa, que atractivos han sido de su preferencia

Cultura:

Folklore Comida Danza

Fiestas Populares Artesanía Música

Deportes Extremos

Atractivos Naturales:

Cascadas ríos Montaña

Otros (Especifique).....

5. Su viaje lo realizó

Solo Familia Amigos

6. Considera que los atractivos Turísticos localizados en el área de influencia de la Comunidad de Montañita posibilita la creación de un proyecto Agroturístico.

Si No

7. De realizarse un proyecto de Agro Turismo en la comunidad e Montañita, en el cual los turistas puedan integrarse a su cultura, tradición y costumbres. ¿Le gustaría participar?

Si No

8. ¿Cuál sería el tiempo de permanencia adecuado para un proyecto de Agro Turismo?

1 semana 2 semanas 3 semanas
Más de 3 semanas

9. ¿Qué tipo de alojamiento utilizaría?

Hostería Casa Cabañas Comunitarias

10. Su gasto promedio diario por persona es de

Menos de \$30 USD Entre \$31 - \$60 USD
Entre \$61 - \$90 USD Entre \$91 - \$120 USD
Más de \$120 USD

ANEXOS IV

Encuestando a Turistas



Fuente: Encuestas a Turistas de Montañaña
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Encuestas a Turistas de Montañaña
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Encuestas a Turistas de Montañaña
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)

Encuestas a Finqueros del Sector



Fuente: Encuestas a Finqueros del Sector de Montañaíta
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Encuestas a Finqueros del Sector de Montañaíta
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Encuestas a Finqueros del Sector de Montañaíta
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)

Entrevistas a dirigentes Comunales



Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales. (Sr. Leonel Del Pezo)
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Entrevistas a Dirigentes Comunales. (Sr. Iván Del Pezo)
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)

Entrevistando a Autoridades de Turismo



Fuente: Lcda. Irma Alvarado (Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena.
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Peggy Ordóñez. EMUTURISMO
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)

Paisajes Turísticos de Montañita

Fuente: Fincas de la Comuna Montañita
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Fincas de la Comuna Montañita
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)



Fuente: Fincas de la Comuna Montañita
Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)

Mapa de la Población de la Comuna Montañaña



Fuente: Montañaña. Com

Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)

LOGOTIPO DEL PLAN



Elaborado por: Alex Limón Rosales (Octubre del 2012)