



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

- ESPOL -

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR

PROGRAMA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA:

**PLAN DE CAPACITACION Y APOYO PARA EL DESARROLLO
AGROTURISTICO**

APLICADO AL PROYECTO SANTA ELENA - CAMPO DE ACCION DE CEDEGE -

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO

PRESENTADA POR:

VERÓNICA FARFÁN ESCANDÓN

MARÍA VERÓNICA SALVADOR CISNEROS

GUAYAQUIL – ECUADOR

2002

Gracias a esas personas que durante todo el tiempo de estudio y realización de esta tesis estuvieron apoyándonos a seguir adelante aunque nos vieran a punto de “bajar las manos”:

NUESTROS PADRES Y HERMANOS.

Agradecemos a nuestro Director de Tesis y profesores del Tribunal, quienes aceptaron, corrigieron y aprobaron nuestro tema de Tesis.

Agradecemos la colaboración desinteresada del personal de CEDEGE, quienes nos recibieron con las puertas abiertas, siempre prestos a darnos toda la información que estaba a su alcance.

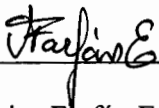
Para todos ustedes, nuestro trabajo.

Marita y Verónica

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en esta tesis, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponderá a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.

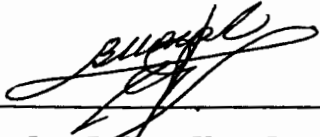
(Reglamento de Exámenes y Títulos profesionales de la ESPOL)



Verónica Farfán Escandón

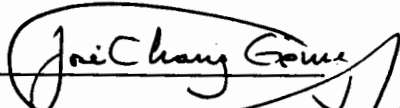


María Verónica Salvador Cisneros



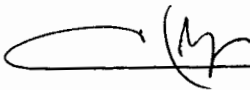
Ing. Bolívar Vaca Romo

Director del Tribunal



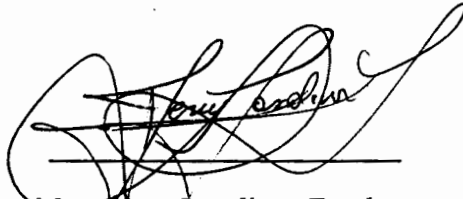
Ing. José Chang Gómez

Director de la Tesis



Ing. Héctor Ayon Jó

Miembro del Tribunal



Msc. Jerry Landívar Zambrano

Miembro del Tribunal

INDICE

<i>Introducción</i>	1
<u>Capítulo 1.- Generalidades del agroturismo</u>	7
1.1 Turismo rural y agroturismo.....	7
1.2 Agroturismo como alternativa para el fomento de la producción y turismo en nuestro país.....	19
1.3 Información básica sobre CEDEGE.	30
<u>Capítulo 2.- Requerimientos necesarios para el desarrollo agroturístico basado en el proyecto Santa Elena - CEDEGE.</u>	34
2.1 Fomento del desarrollo agroturístico.	35
2.1.1 Infraestructura actual e ideal.	36
2.1.2 Condiciones básicas que debe reunir un predio agropecuario para poder desarrollar el agroturismo.	47
2.1.3 Estudio demográfico con respecto a la aptitud turística del sector rural.	49
2.2 Adiestramiento y capacitación del personal.....	53
2.2.1 Escuela de formación permanente: actores, importancia (beneficios), plan de trabajo, costos, etc.....	58
<u>Capítulo 3.- Plan piloto tomando como apoyo el proyecto Santa Elena - CEDEGE.</u>	76
3.1 Potenciales sitios para el desarrollo del agroturismo.	76
3.2 Análisis de los caracteres (bondades de fomento agro turístico) propios de una región (a la que se va a aplicar) al nivel local; para luego ser aplicada en el nivel nacional.....	84

3.3 Marco jurídico: buscar puntos afines. Deben de ser semi-específicos de acuerdo con las necesidades de cada lugar a aplicar: legislación, jurisdicción, competencia (responsabilidad; a quien le compete), etc.	85
3.4 Ejemplo práctico: Formulación de paquetes turísticos.	96
• Mercadeo y ventas a través de agencias con atractivos naturales propios de cada región.	99
3.5 Planes a largo plazo: Convenios internacionales.....	103

<i>Conclusiones y Recomendaciones</i>	107
---	-----

<i>Anexos</i>	112
---------------------	-----

Anexo 1. Datos estadísticos.....	113
Anexo 2. Seminario para dueños de fincas.....	116
Anexo 3. Curso para administradores	123
Anexo 4. Curso para obreros	129
Anexo 5. Curso para universitarios	134
Anexo 6. Análisis de potenciales sitios turísticos.....	143
Anexo 7. Costo de tours	144
Anexo 8. Plan de marketing.....	149

<i>Bibliografía</i>	155
---------------------------	-----

ÍNDICE DE FOTOS

FOTOS	Pag.
Foto 1.- Salinas.....	4
Foto 2.- Zona de desarrollo del turismo rural	8
Foto 3.- Agroturismo	14
Foto 4.- Sendero para cicloturismo.....	17
Foto 5.- Sitios de interés turístico complementario al agroturismo:	
Parque Ecológico de Santa Elena.....	18
Foto 6.- Punta Carnero.....	36
Foto 7.- Acuario de Valdivia.....	40
Foto 8.- Apicultura de Manglaralto	42
Foto 9.- Finca “La Gloria” – Km. 53 Vía Guayaquil – Salinas	44
Foto 10.- Pescador artesanal	46
Foto 11.- Muebles de moyuyo.....	58
Foto 12.- Farallón Dillon	80

INDICE DE MAPAS

	Pag.
Mapa I.- Campo general de estudio.....	6
Mapa II .- Tipología de desarrollo educativo / área rural	26
Mapa III.- Tipología de salud / área rural.....	27
Mapa IV.- Tipología de vivienda / área rural.....	28
Mapa VII.- Tránsito Daule – Santa Elena.....	40
Mapa VIII.- Ruta del Sol	77

INDICE DE GRÁFICOS

	Pag.
Gráfico I.- PIB 2003	20

INDICE DE CUADROS

	Pag.
Cuadro 1.- Participación del PIB.....	20
Cuadro 2.- Población Urbana y Rural 2002.....	21
Cuadro 3.- Turismo: Situación económica	22
Cuadro 4.- Afluencia de visitantes extranjeros	23
Cuadro 5.- Cobertura de servicios básicos en la zona rural.....	25

Resumen

En vista del creciente interés que se está prestando al desarrollo de actividades turísticas, y aprovechando que el país cuenta con envidiables zonas naturales, se propone el desarrollo agroturístico en la península de Santa Elena como una nueva alternativa complementaria a las labores agropecuarias.

Para poder poner en práctica este desarrollo es necesario que se adecuen las fincas, fincas y alrededores para recibir a los turistas; por lo que, en transcurso de la presente tesis de grado se ha realizado investigaciones sobre el estado de la zona, para saber cuáles son sus ventajas y cuáles con los lugares e los que se tendría que poner más atención, y así poder reunir las condiciones requeridas para el correcto desarrollo de la actividad agroturística.

El principal objetivo de la presente tesis es desarrollar un plan de capacitación, dirigido a cada uno de los diferentes tipos de actores que va a tener contacto con el turista: agricultores, administradores y dueños de fincas. Teniendo en cuenta que lo que propone es el desarrollo de una actividad complementaria a las labores normales, se ha decidido realizar la capacitación en forma de seminarios cortos pero muy específicos para cada grupo meta. Además se propone un plan de capacitación dirigido a las universidades interesadas en la enseñanza de turismo y afines.

Otro punto que se destaca en la exposición son los ejemplos prácticos sobre agroturismo, además de ciertas sugerencias que se podrían poner en práctica a largo plazo.

El presente proyecto se encuentra dividido en tres capítulos, en los cuales se pretende exponer un plan de capacitación dirigido a diferentes grupos meta (agricultores, administradores y propietarios de fincas) en el desarrollo del agroturismo en la península de Santa Elena; y, a la vez, se expone un pánsum dirigido a estudiantes de Turismo, que puede ser aplicado por las universidades interesadas en el tema.

El capítulo 1 trata específicamente sobre la definición y orígenes del turismo rural y agroturismo, ya que el agroturismo es una modalidad del turismo rural; es por esto que se comienza con la breve definición de la actividad que se propone. También se hace un breve análisis del motivo por que se decidió el desarrollo del presente tema y, por último, se explica brevemente la historia de CEDEGE, ya que es ella quien pone en marcha el proyecto Transvase Daule-Santa Elena, con el que se entrega nuevamente el servicio de agua cruda a toda la península y gracias a la cual se permite la instalación de fincas y fincas en este sector.

En el capítulo 2 se define el pilar principal de este proyecto que es el desarrollo de los planes de capacitación específicos para cada grupo meta al que se pretende llegar; además se hace un análisis del sector estudiado (estructura e infraestructura actual e

ideal), y se hace un breve recordatorio de lo que el turista espera al contratar este tipo de servicios.

En el capítulo 3 se busca despejar dudas legales típicas sobre el desarrollo de la actividad que se propone; además se presentan casos prácticos de desarrollo agroturístico de los potenciales sitios para el desarrollo de actividades de este tipo. En el último punto se presenta un listado de sugerencias que se podría poner en práctica en el largo plazo, seguido de las conclusiones y recomendaciones que, desde el punto de vista de las autoras, es necesario tener en cuenta para el correcto desarrollo de la actividad que se propone.

Cabe recalcar que actualmente la península de Santa Elena todavía no se han desarrollado actividades como las que se proponen, pero se puede notar un gran interés por parte de sus habitantes. Como guía se ha tomado en cuenta los trabajos realizados por fincas, fincas y agrupaciones encargadas del desarrollo del agroturismo de España, Italia, Estados Unidos y Chile.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que genera una importante fuente de recursos al país que se dedique a desarrollarlo; no es una actividad autónoma o aislada sino que busca resaltar las tradiciones, el folklore, los recursos naturales, entre otras, sin embargo en el Ecuador no se le presta la debida atención como una fuente de recursos puesto que al momento son otras las actividades que resultan más lucrativas, tales como la explotación del petróleo y sus derivados. Lastimosamente estos recursos, por la constante explotación van a llegar a su agotamiento.

El turismo tiene varias aplicaciones dependiendo de la actividad que se realice y el medio que se aproveche. La economía de nuestro país está basada en la producción agrícola. La presente propuesta es la aplicación de la actividad turística en este medio

pero no como actividad principal sino como complemento a las labores cotidianas de producción.

El AGROTURISMO es un tema nuevo en el país; recién se empieza a interesar en lo que es turismo y sus diversas áreas. Esta modalidad de turismo es bastante desarrollada en otros países como: Chile, Argentina, Uruguay, España y Francia; por tal motivo y para el desarrollo del presente trabajo, sus experiencias han servido como base.

Se puede decir que el desarrollo de esta actividad presenta las siguientes ventajas tanto en el ámbito económico, cultural y social.

En el *ÁMBITO ECONÓMICO* busca abrir “puertas” para aumentar el flujo de divisas en el área rural especialmente para agricultores y hacendados.

En el *ÁMBITO CULTURAL Y SOCIAL* motiva a que el agricultor no migre a las ciudades; promueve la protección de su medio ambiente, recursos naturales, patrimonio cultural e histórico y, de esta manera, la población no pierde su identidad debido a la presencia de las costumbres extranjeras.

El presente proyecto se enfoca básicamente a ser un instrumento para el fomento y desarrollo del agroturismo; además, presenta lineamientos básicos para poder ejecutar planes de este tipo y un ejemplo con una opción realizable dentro de un posible paquete turístico. Para su desarrollo se ha considerado un lugar específico pero haciéndole las debidas modificaciones, puede ser aplicado a cualquier finca o comunidad que decida formar parte de la ola de cambios que están sucediendo en el país.

Se divide en tres etapas básicas: análisis de la situación actual, capacitación y plan piloto. Las cuales se detallan a continuación:

- Análisis de la situación actual. Como su nombre lo indica, presenta un breve análisis de la situación agropecuaria y turística del Ecuador, además de un corto concepto de turismo rural y agroturismo.

- Capacitación. Además de detallar el plan de capacitación, también trata sobre los requisitos que se deben de cumplir para poder dictar los seminarios y presenta un breve análisis de la situación educativa en la península de Santa Elena. Para poder concretar la formación de los empresarios se debe de contar con un plan estructurado que no requiera de mucho tiempo y que tenga información precisa y veraz. Se empezaría básicamente con una clara y breve introducción del papel que van a desempeñar; luego de esto se harán talleres para completar la capacitación con la finalidad de exponer sus experiencias y aclarar las dudas existentes.

- El plan piloto. Consta de una breve análisis de las leyes que afectarían al desarrollo del Agroturismo; además, presenta sugerencias de desarrollo a largo plazo, tales como convenios internacionales, de tal manera que se aproveche los avances tecnológicos relacionados a agropecuaria y turismo; además de intercambiar experiencias. Otro punto tratado es la exposición de ejemplos prácticos con información real y que pueden ser aplicados en cualquier momento

para ser propuestos para su venta a agencias de viajes tanto mayoristas como minoristas.

Aprovechando las ventajas en el nivel paisajístico que presenta la zona de la península de Santa Elena, a continuación se muestra la fotografía de uno de los sitios más visitados en este sector de la provincia del Guayas.



Foto 1.- Salinas

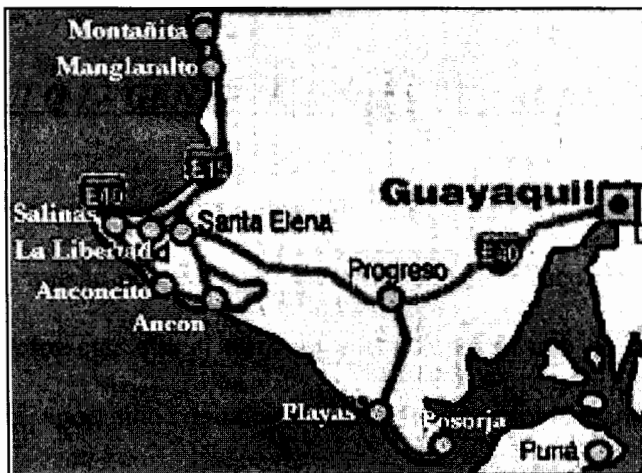
Para poner el agroturismo en práctica es necesario que se adecue la zona para recibir a los turistas interesados en entrar en contacto con la actividad agrícola que se desarrolla y la naturaleza circundante; además, la finca debe estar ubicada de tal forma que el huésped tenga la opción de desarrollar otras actividades, tales como rafting, compra de artesanías, caminatas, cabalgatas, etc. La problemática y los detalles concernientes serán analizados dentro del capítulo 1.

Los principales objetivos que busca conseguir el presente plan son:

1. Propiciar que el turismo se convierta en uno de las industrias más prósperas del país, aportando con nuevas ideas para su mejor desarrollo.
2. Demostrar que la actividad turística no solo puede desarrollarse en las grandes ciudades; sino que, con unidades de apoyo, también se pueden desarrollar en las zonas rurales, las cuales tienen muy buena calidad paisajística y ofrecen lugares de esparcimiento y áreas deportivas. Además, es el mejor lugar para aprender sobre la cultura y folklore de zonas rurales y, al mismo tiempo, se puede conocer sobre los medios locales de producción y procesamiento, junto con la tecnología utilizada.
3. Ampliar las áreas de desarrollo turístico en el país, ya que esta actividad tiene diversas áreas de acción las cuales no han sido explotadas en su totalidad.
4. Promover el adiestramiento y capacitación de los actores en las actividades agropecuarias y turísticas por la constante interactividad con los visitantes.
5. Promover iniciativas lideradas por empresarios turísticos junto con miembros de las comunidades relacionadas, para proponer al agroturismo como una actividad alterna y así aprovechar sus propios recursos de una forma sustentable.
6. Establecer normas que deben seguir los inversionistas para desarrollar este tipo de actividad además de un plan de capacitación dirigido a todas las personas

interesadas en el programa y que tiene relación directa o indirecta con la actividad a desarrollarse.

Con el siguiente mapa se muestra el sector que se pretende desarrollar turísticamente en el presente trabajo.



Mapa I.- Campo general de estudio

CAPITULO 1.- GENERALIDADES DEL AGROTURISMO

El turismo es una fuente muy importante e innovadora de recursos económicos y se la debe aprovechar mucho más de lo que en la actualidad se hace. Por eso el propósito del proyecto es propiciar que el turismo se convierta en uno de las industrias más prósperas del país, aportando con nuevas ideas para su mejor desarrollo.

También se debe tener en cuenta que para que exista un sostenido crecimiento del sector el turismo no debe ser sólo tarea del gobierno, consejos provinciales o municipalidades sino también del sector privado, trabajando todos en forma coordinada y conjunta.

1.1 Turismo rural y agroturismo

Se ha considerado importante exponer los orígenes y características de estas dos actividades ya que se realizan en la misma zona y son muy parecidas en cuanto a desarrollo se refiere.

Turismo rural

Es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los sectores ubicados fuera del perímetro urbano, tal como se aprecia en la Foto 2, y que se fundamenta en las ventajas que presenta el entorno natural y humano de la zona. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo.

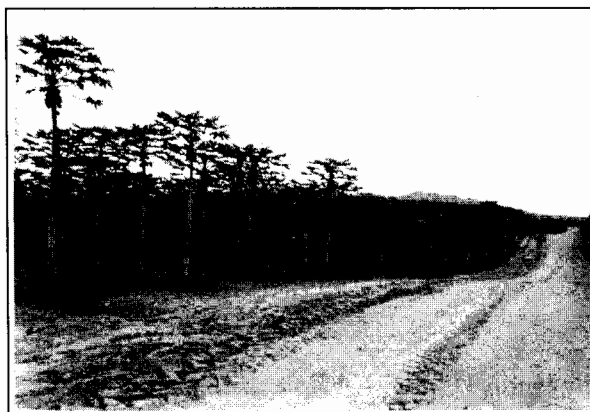


Foto 2.- Zona de desarrollo del Turismo Rural

Frecuentemente las empresas de turismo rural y de agroturismo proponen, además de infraestructura física y servicios básicos tradicionales de apoyo, actividades recreativas, deportivas y pedagógicas.

Orígenes y evolución del turismo rural.

En Ecuador por lo general, el medio rural es considerado tradicionalmente como un lugar de producción y de vida casi únicamente para agricultores; salvo algunas excepciones, no se le reconoce una vocación turística. La atracción del mar es más fuerte y la gente prefiere pasar sus vacaciones en las playas. Los medios de comunicación valoran más los modelos recreativos litorales que rurales.

La idea de recibir turistas en medios rurales cobrando por los servicios otorgados, existe en forma organizada desde la década de los 50 en Europa. La oferta surgió de manera informal, a raíz de la demanda espontánea por alojamientos y comidas proveniente de excursionistas en sus paseos campestres.

Por ejemplo, agricultores franceses situados en regiones montañosas muy concurridas, decidieron habilitar sectores de sus hogares para recibir visitantes, proponiéndoles comidas con productos locales. Progresivamente se estructuraron organizaciones – o redes – que se encargaron de programar las estadias de los turistas en casas de agricultores y de obtener el apoyo y el reconocimiento del sector público.

Las organizaciones se perfeccionaron captando progresivamente una parte de los flujos turísticos que se orientaban hacia el litoral. La idea se propagó entre agricultores y turistas y recibió el apoyo oficial de los ministerios encargados del turismo y de agricultura.

Diversos incentivos públicos favorecieron el desarrollo y la diversificación de la actividad. Se crearon normativas propias que mejoraron la calidad de los servicios propuestos, se implementaron sistemas para proteger comercialmente las marcas creadas, se les dieron estatutos precisos, se desarrollaron estrategias promocionales, se publicaron catálogos, se concibieron nuevos productos dirigidos a nuevas clientelas y gradualmente se conquistó una parte significativa del mercado turístico europeo. Actualmente, el 25% de la población de la Unión Europea pasa sus vacaciones en el medio rural.

Paralelamente y en complemento de los alojamientos propuestos, se desarrollaron actividades culturales, recreativas, deportivas y pedagógicas, en respuesta a una demanda cada vez más exigente y creciente.

En el modelo francés, el sector público, comprendiendo que se trataba de algo más que una nueva moda urbana, favoreció su crecimiento creando estímulos concretos tanto para agricultores (subsidios) como para los turistas (bonos de vacaciones). Su apoyo fue importante para contrarrestar en parte el éxodo rural, creando empleos y ayudando a conservar el patrimonio natural y cultural de las regiones.

En Norteamérica, el turismo rural surge a raíz del crecimiento urbano de los años 70, tiempo en el cual se desarrolla el fenómeno de revalorización del espacio rural

ocasionado por la necesidad de los habitantes de las zonas metropolitanas de acercarse más a la naturaleza y de retomar contacto con las tradiciones rurales. El turismo rural responde en parte a esta necesidad con productos originales propios de la zona.

Los factores que favorecieron al rápido desarrollo del turismo rural en Europa fueron:

- a. Para los “urbanos”, la creciente necesidad de reencontrar un equilibrio gracias a un tipo de turismo diferente, con vacaciones más culturales, más cercanas a la naturaleza.
- b. Para las instancias públicas, la necesidad de mantener un patrimonio colectivo – el medio rural – innovando sistemas para frenar su decrecimiento.
- c. Para los agricultores y habitantes rurales en general, necesidad de encontrar nuevas fuentes de ingresos, valorando su modo de vida y su patrimonio.

Características del turismo rural:

- *Innovador:* En la gran mayoría de los casos, el turismo es una actividad no tradicional que aporta nuevas posibilidades a los medios rurales y que requiere de ciertas condiciones para operar: organización, capacitación, mejoramiento de las estructuras receptoras y otras, como seguridad y emergencias.

- *Difuso*: No se busca crear grandes concentraciones ni estructuras receptoras que pudieran perturbar los equilibrios, a menudo frágiles, de las comunidades que los acogen. Es un turismo que se integra en su entorno sin dañarlo ni alterar su simbiosis.
- *Participativo*: Los habitantes son los actores de su propio desarrollo y no sólo espectadores de actividades turísticas organizadas externamente y cuyos beneficios no son percibidos localmente. En esta actividad, la mujer agricultora tiene un papel preponderante porque fomentará, en las generaciones venideras, una nueva cultura de servicio, tradiciones culturales y sociales.
- *Asociativo*: De acuerdo a las experiencias obtenidas en otros países cuando se opera en forma agrupada, se obtiene mejores resultados que cuando lo hace en forma aislada. Las organizaciones que se crean y en las cuales participan agricultores y/o municipios permiten una mejor llegada hacia los mercados y una mejor receptividad por parte de niveles institucionales, sobre todo si se crearan marcos legales de protección a la actividad turística.
- *Formador*: Para la mayoría de los agricultores, el agroturismo es una actividad nueva para la cual deben capacitarse. La adquisición de nuevos conocimientos no sólo realza el nivel de los servicios propuestos a la clientela, sino que aporta además un beneficio general al desarrollo rural.

- *Cultural*: El folklore, las tradiciones regionales, la artesanía, la gastronomía, etc., son elementos que forman parte de la vida cotidiana de los agricultores y que, debidamente valorados, representan un interés para el visitante. La capacitación de los operadores y actores es uno de los aspectos de vital importancia, ya que nadie ama y aprecia lo que no conoce; el involucrarse más en los orígenes tradicionales hará del nativo de esta región un ente preocupado por su conservación y desarrollo.

- *Ecológico*: Al visitante le interesan los paisajes preservados, las especies animales y vegetales protegidas en sus habitats naturales, la información precisa y a su alcance. Este interés motiva acciones de valoración y mantenimiento del medio natural circundante.

- *Recreativo y deportivo*: Según las características geográficas de cada lugar, puede proponerse el desarrollo de actividades complementarias, tales como: turismo ecuestre, senderismo, montañismo, pesca y caza deportiva, ecoturismo, deportes náuticos y otras.

- *Pedagógico*: En convenio con establecimientos educacionales, ciertas estructuras de turismo rural desarrollan programas de educación ambiental, agricultura y otros.

- *Social:* Por sus características y por sus costos, numerosas estructuras trabajan en colaboración con organismos públicos y privados que ayudan a grupos socio – económicos desfavorecidos.

Teniendo en cuenta esta información sobre turismo rural se puede empezar a explicar el concepto de agroturismo.

Agroturismo

Es el conjunto de actividades organizadas por agroempresarios como complemento de su actividad principal, destinada a suplir los requerimientos de un segmento de mercado turístico orientado a la prestación de servicios de alojamiento y alimentación en sus propias granjas y caseríos. Ello permite disfrutar de unas vacaciones tranquilas, sin aglomeraciones, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza; el agricultor convertiría su predio en una vitrina abierta al mundo, de sus productos, eficiencia y optimización de su proceso, sin tener que depender tanto de los centros de acopio y los intermediarios.



Foto 3.- Agroturismo

En el proceso de transformación de la agricultura moderna, el agroturismo es un componente innovador; debidamente organizado, puede representar una opción para lograr la diversificación de la actividad sectorial. Por ejemplo, Chile, por las características geográficas y culturales que le son propias, presenta un potencial de desarrollo del agroturismo.

Para cumplir con este propósito, el agroturismo debe ser competitivo y responder eficazmente a las expectativas del mercado tanto nacional como internacional.

El agroturismo pertenece al sector primario, ya que no deja de ser principalmente explotaciones agropecuarias, aunque estas acoge a turistas como complemento a su actividad principal; para su correcto desarrollo se requiere de capacitación, asistencia técnica y de incentivos para su creación.

Los usuarios son principalmente de origen urbano, jóvenes con estudios que viajan en familia, son respetuosos de las costumbres de los lugares que visitan, se documentan antes de su estadía, pagan con gusto cuando encuentran un producto que los satisface.

El agroturismo no es un turismo masivo. Así como incentiva la relación: con sus anfitriones, una naturaleza preservada, alimentos más sanos, productos naturales, rasgos culturales auténticos, deportes y actividades nuevas; así también exige: alojamientos de calidad y con comodidades, tranquilidad, descanso, descubrimiento de zonas aledañas a su lugar de estadía. Por eso se requiere que haya un análisis de

capacidad máxima de turistas a recibir dentro de un periodo de tiempo determinado y de esta manera evitar que el contacto que se produce, entre turista y medio que lo rodea, sea negativo.

Para un correcto desarrollo de esta actividad es necesario fomentar y promover la transformación de la agricultura y de la economía rural del país. Para ello se debe proporcionar financiamiento, impulsar y coordinar iniciativas, programas o proyectos orientados a incorporar innovaciones en los procesos productivos; así como también se deben poner en marcha actividades que motiven al agricultor a quedarse trabajando la tierra, ya que son ellos uno de los principales motores de este tipo de turismo.

Para el desarrollo del Agroturismo se presentan las siguientes facilidades:

- En cuanto a infraestructura física, existen diversas posibilidades, desde alojamientos en albergues independientes, pasando por alojamiento en casa del dueño; hasta la creación de un sistema de camping rurales o agrocamping. Todos acompañados por la opción de servicio de comidas a elección dentro de las posibilidades locales.
- Según las características específicas de la explotación y de su entorno geográfico, que pueden realizarse en el lugar mismo o utilizándolo como una etapa de un circuito. Las actividades pueden orientarse hacia diversos tipos de clientes: familias con y sin niños, grupos escolares, deportistas “tranquilos” y deportistas

“adrenalina”, tercera edad, ejecutivos y empleados de empresas, científicos, clubes, asociaciones y otros.

- Actividades complementarias pueden ser: observación de flora y fauna, fotografía de naturaleza, videos, charlas, exposiciones, literatura, fenómenos naturales (volcanismo, geología, termalismo y otros) nociones de astronomía, trekking, rafting, canoa-kayak, parapente, alas delta, ULM (Ultra Ligero Morotizado), espeleología, turismo ecuestre y equitación, senderismo (foto 4), ciclismo de montaña, cicloturismo, orientación, pesca, caza deportiva, buceo, arqueología, rutas históricas, etnoturismo, viticultura, folklore, leyendas, tradiciones, preparación de mermeladas, cocina, quesos, vinos y licores, conocimiento de plantas medicinales, micología, apicultura, horticultura, gastronomía local, esquí de fondo, patinaje, otros; dependiendo de las facilidades que presente el lugar donde se encuentre ubicada la finca.



Foto 4.- Sendero para cicloturismo

Las ventajas de proponer al agroturismo como una “nueva actividad” saltan a la vista de todos:

Para el proponente. La ventaja más importante radica en una notoria mejora en la calidad de vida ya que tendría mas ingresos; aparte de esto también tendría fácil acceso a capacitación para el desarrollo de este tipo de actividades, asistencia técnica, consejos, promoción, apoyo a la gestión, conocimiento del mercado, comercialización, folletos de la promoción turística, ayuda jurídica, entre otros.

Para el cliente, garantía de respeto a un estilo de vida diferente a las actividades realizadas usualmente, facilidades para conocer un nuevo punto de interés social y cultural.

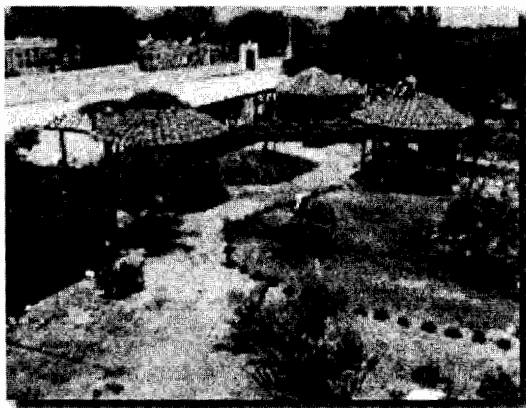


Foto 5.- Sitio de interés turístico complementario al agroturismo:
Parque Ecológico Santa Elena

1.2 Agroturismo como alternativa válida del fomento de la producción y turismo en el Ecuador.

Las personas que se inclinan por el turismo en las zonas rurales y agroturismo están en búsqueda del re-encuentro de su Yo interior con la naturaleza (mar, montañas, campos, etc.), encontrarse con un ambiente familiar más los servicios que requiere para una estadía agradable, todo desarrollado dentro de una finca que muestre las técnicas y formas de producción.

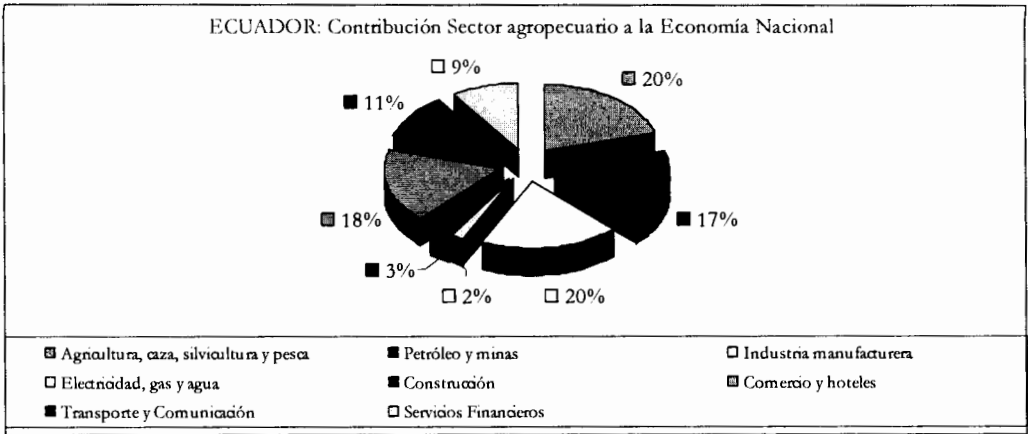
Para poder conocer mejor la situación actual en que se encuentran los sectores económicos afectados se presenta a continuación un breve análisis.

En base a datos obtenidos del Proyecto SICA-MAG e información del Banco Central del Ecuador se puede decir que:

- El peso económico del sector agropecuario se visualiza más claramente si se considera el peso y contribución del sector a la economía, su importancia en la generación de divisas, los encadenamientos productivos hacia atrás y hacia delante, que tiene con otros sectores de la economía, así como su importancia en cuanto a la generación de empleo. Así, la contribución, en términos reales, de la agricultura ecuatoriana a nivel primario en la economía nacional durante el período 1996-2002 fue de 17.4%, mayor que la del resto de sectores. Esto hace que se

convierta en el sector más importante de la economía ecuatoriana, por encima del sector de petróleo y minas, sector manufacturero y comercio y hoteles.

Gráfico I.- PIB 2003



Fuente: Proyecto SICA-MAG - Elaboración: - IICA/2002

Cuadro 1.- Participación del PIB

ECUADOR: Contribución Sector agropecuario a la Economía Nacional

(Porcentaje de Participación)							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	17.5%	17.6%	18.4%	18.4%	16.6%	16.8%	17.3%
Petróleo y minas	14.1%	14.0%	14.6%	14.6%	14.9%	14.8%	14.1%
Industria manufacturera	15.4%	15.5%	15.5%	15.5%	15.9%	15.9%	16.4%
Electricidad, gas y agua	1.4%	1.4%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.5%
Construcción	2.4%	2.4%	2.5%	2.5%	2.9%	3.2%	2.6%
Comercio y hoteles	15.1%	15.1%	14.4%	14.4%	15.0%	15.5%	14.9%
Transporte y Comunicación	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	9.0%
Servicios Financieros	7.6%	7.5%	8.4%	8.4%	8.1%	8.1%	7.9%

FUENTE: PROYECTO SICA -MAG
ELABORACION: IICA/2002

La economía ecuatoriana ha crecido en los últimos 8 años (1996-2003) a una tasa promedio anual de 1.4% mientras que el sector agropecuario creció en 1%, promedio

anual. En este sentido se revirtió la tendencia de los ochenta en que el sector agropecuario crecía más que la economía en su conjunto. Sin embargo tanto la economía como la agricultura tendieron a reducir su crecimiento debido a razones como el conflicto bélico, el Fenómeno del Niño y a la crisis financiera.

Según los resultados presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en el documento VI Censo de Población y Vivienda, realizado en noviembre del 2001, Ecuador tiene 12'156.608 habitantes de los cuales el 61% es urbana y el 39% es rural. Este porcentaje significa un cambio estructural en la composición de la población, ya que existe una tendencia de desplazamiento de la población de zonas rurales hacia zonas urbanas de manera sostenida durante los últimos 10 años. (Ver cuadro No. 2)

Cuadro 2.- Población Urbana y Rural 2001

Ecuador: Población Urbana y Rural 1990-2001

	TOTAL	URBANA		RURAL	
	(000)	Población	%	Población	%
1990	10264	6076	59%	4578	45%
1995	1146	7485	63%	4676	45%
2001	12153	7415	61%	4741	39%

Fuente: El Hoy, 27-09-02

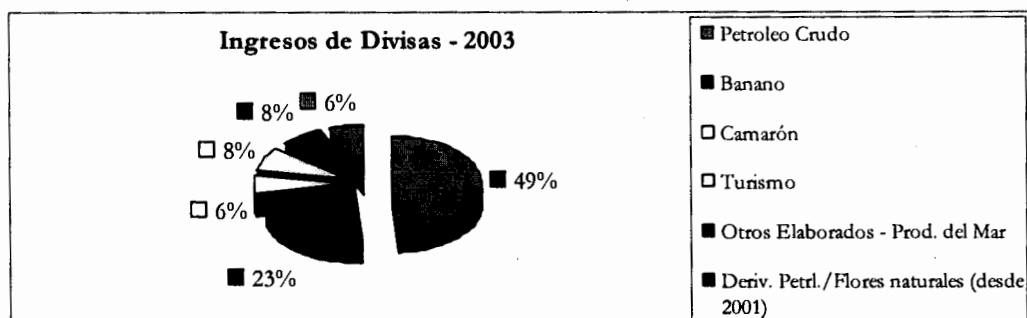
Elaboración: IICA/2002

Del total de la población rural en el Ecuador, aproximadamente 4'130.121 de personas están empleadas en la actividad agropecuaria, lo que significa un 87% de la población total. En el sector analizado a esta actividad se dedican a esta actividad aproximadamente el 33% de la población rural.

Por otra parte el desarrollo del *SECTOR TURÍSTICO* se está mejorando notablemente. Analizando los datos estadísticos reportados por el Ministerio de Turismo, basados en información obtenida del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), de los Anuarios de Migración, Dirección Nacional de Migración y del Banco Central del Ecuador, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- En el 2003, el turismo ocupó el tercer puesto en el reporte de ingresos de divisas con respecto a los otros rubros; siendo el petróleo crudo en primer lugar; el banano y plátano el segundo lugar y camarón en tercer lugar. Aunque la balanza de pagos del Ecuador registró en su cuenta viajes \$406.4 millones de dólares durante el año 2003; lo que representa una disminución de alrededor del 9% con relación al año anterior.

Cuadro 3.- Turismo: situación económica



Fuente: Banco Central del Ecuador - Información Estadística Mensual /Marzo 2004
Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación

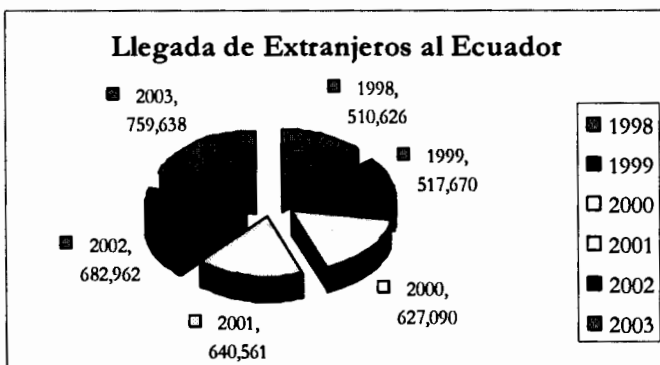
- A pesar de la crisis económica, secuelas del conflicto bélico y emergencias naturales, la afluencia de turistas ha sido relativamente estable año a año llegando

Revisar Anexo 1.- Datos Estadísticos

a ingresar, en 2002, aproximadamente 83,3 millones de dólares netos; aunque en el 2003 se reportó una disminución de los ingresos netos registrándose 52 millones de dólares.

- La mayor cantidad de turistas que se recibe en el Ecuador tienen entre 30 y 39 años; es decir, es un grupo joven que busca recrearse respetando el medio ambiente o la zona en que se van a desenvolver, saben exactamente lo que buscan, por lo tanto los planes deben ser ajustados a sus requerimientos.
- En el año 2003 ingresaron aproximadamente 759.638; de los cuales la mayor cantidad de visitantes recibidos procedieron del continente americano (aproximadamente 603.381 turistas, siendo la mayor parte Norte-americanos) y en segundo lugar estuvieron los procedentes del continente europeo (134.075 turistas). Estas son las cifras más significativas del año analizado.

Cuadro 4.- Afluencia de visitantes extranjeros



Fuente : Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional -INEC-
1998- Estimaciones Ministerio de Turismo

Teniendo en cuenta la situación que se presenta actualmente en estas dos actividades económicas (agropecuaria y turismo), hemos decidido buscar la forma de hacer que surjan de tal manera que se desarrollen paralelamente y así obtener más beneficios tanto para las comunidades cercanas como para el área circundante y por ende al país entero. Como consecuencia de la investigación realizada se decidió poner en marcha este proyecto, el cual presenta una alternativa relativamente nueva en Ecuador pero muy practicada en otros países, a través de la cual se desarrolla económica y turísticamente al sector rural y al mismo tiempo es una fuente de recursos económicos para el país.

En consecuencia, la industria turística debería ser una política de Estado a largo plazo, manejada por una unidad técnica independiente de la tendencia política del momento con el propósito de complementar la actividad agrícola con el fomento del desarrollo turístico, lo cual tiene muchas ventajas en relación con el nivel de inversión.

Para poder tener idea de la situación actual de la península se ha tomado los resultados generados por el VI Censo de Población y Vivienda que se realizó en noviembre del 2001 por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC). Los datos que sobresalen se detallan a continuación:

- Hasta esa fecha la provincia del Guayas contaba con 3'309.034 habitantes, de los cuales el 50.18% son mujeres y el 49.82% hombres.
- La zona rural en el Guayas representa el 12.73%, existiendo mayor cantidad de hombres (52.67%).
- El área en que se basa el proyecto comprende 4 cantones que son: Guayaquil, Santa Elena, Salinas y La Libertad, específicamente el área rural.
- En cuanto a situación de cobertura de servicios básicos, se adjunta un cuadro en que se detalla la posición de los cantones de estudio en esta tesis comparados en escala nacional de acuerdo al porcentaje de cobertura de los servicios básicos analizados; además se detalla la ubicación de cada cantón (área rural) con respecto al resto de cantones a nivel nacional por servicio analizado.

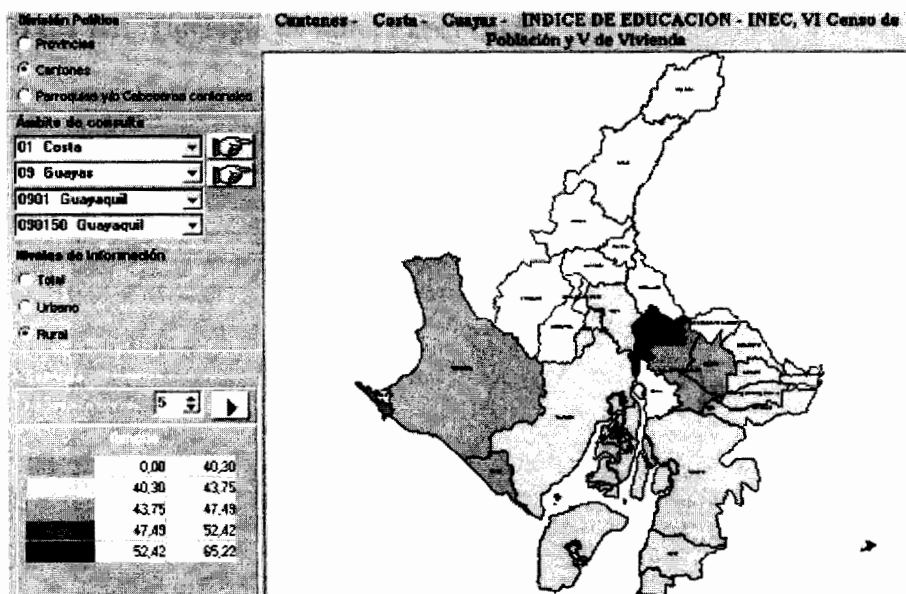
Cuadro 5.- Cobertura de servicios básicos en la zona rural

	Guayaquil	Santa Elena	Playas (General Villamil)	Salinas	La Libertad
	Puesto/Porcentaje	Puesto/Porcentaje	Puesto/Porcentaje	Puesto/Porcentaje	Puesto/Porcentaje
Teléfono	62° - 8.40%	41° - 10.34%	28° - 12.60%	18° - 15.89%	-
Luz Electrica	98° - 81.66%	80° - 84.92%	55° - 88.22%	17° - 91.73%	-
Aguas Servidas	106° - 8.30%	119° - 7.30%	121° - 7.12%	91° - 9.53%	-
Agua Potable	153° - 13.72%	63° - 26.68%	132° - 16.35%	25° - 38.63%	-
Recolección de Basura	13° - 50.89	7° - 61.81%	22° - 37.72%	1° - 77.61	-
Baños de uso exclusivo	71° - 39.31%	88° - 36.74%	22° - 50.58%	21° - 50.77%	-

Fuente: Desarrollo Local - Infoplan - 2002

A continuación se verá en mapas los resultados principales que se dieron de los censos y encuestas realizadas (Tipología de desarrollo educativo, Tipología de salud, tipología de vivienda)

Mapa II. Tipología de desarrollo educativo / área rural

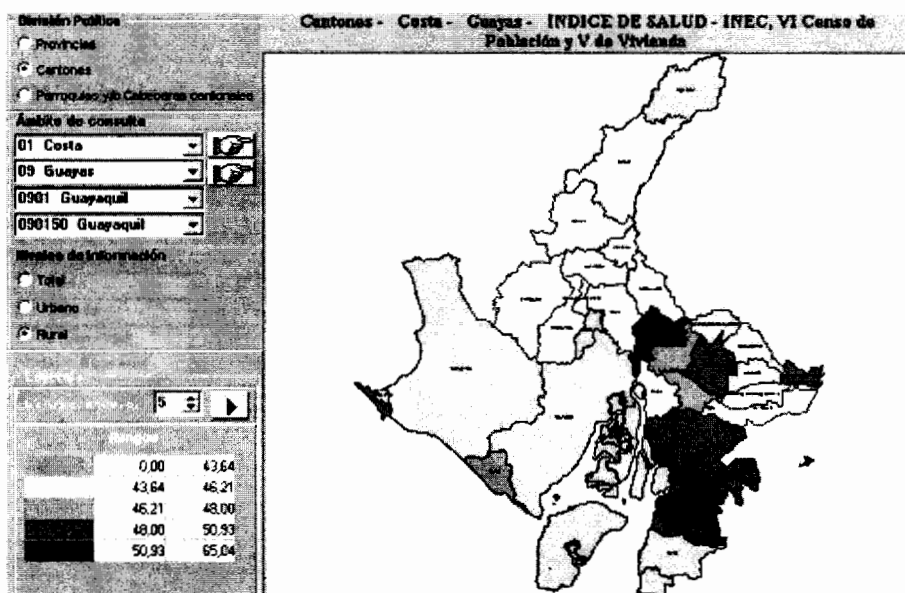


Fuente: Desarrollo Social y Gestión Municipal en el Ecuador: Jerarquización y Tipología -Infoplan -2001.

- **Carencia severa en educación básica.-** Presenta una situación educacional precaria: un nivel alto de analfabetismo (21% de la población de 15 o más años), una baja escolaridad (3.8 años), y una insuficiente cobertura inclusive en la instrucción primaria (79%). Obviamente el desarrollo de la instrucción secundaria, y el acceso a la instrucción superior, son incipientes. Las prioridades educacionales se refieren a la superación del analfabetismo y la ampliación de la cobertura en nivel primario; aunque las carencias son algo menores.

- **Carencia en educación básica.**- El perfil de este grupo es similar al anterior, con carencias menos pronunciadas. Los problemas básicos son el analfabetismo, la baja escolaridad y la relativamente baja tasa de asistencia a la instrucción primaria.

Mapa III. Tipología de salud / área rural



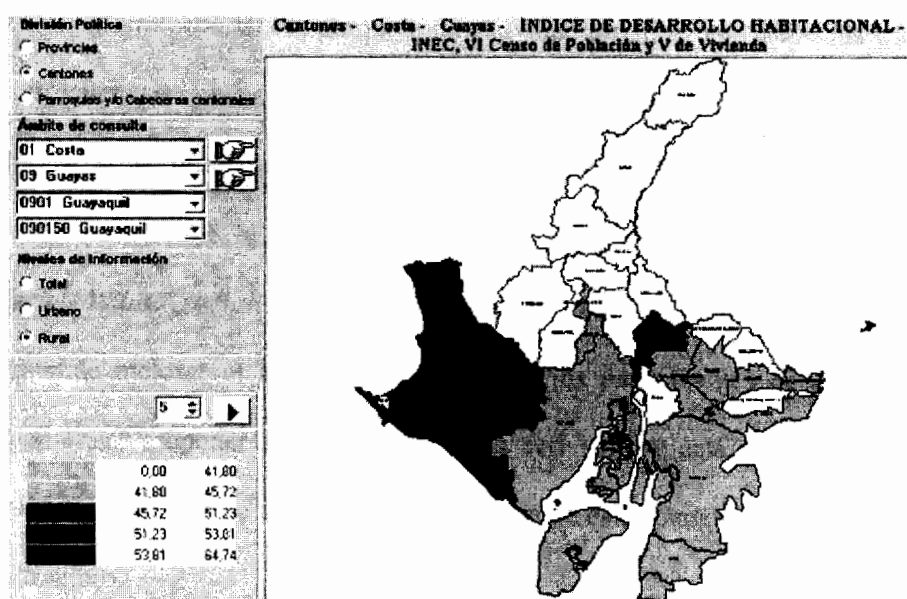
Fuente: Desarrollo Social y Gestión Municipal en el Ecuador: Jerarquización y Tipología -Infoplan -2001.

- **Mortalidad infantil y carencias de agua y personal de salud.**- Este grupo presenta niveles altos de mortalidad, pero una desnutrición comparable a la media nacional. En el grupo sobresalen tanto el nivel más bajo de acceso al agua potable entre todos los tipos (I, II, III, IV, V), como una deficiencia aguda en la dotación de personal de salud por habitante. Al parecer las altas tasas de mortalidad infantil se

explicarían por la falta de agua potable y también por la pronunciada escasez de servicios de salud.

- **Mortalidad infantil y desnutrición altas.-** En este tipo las carencias más importantes son la mortalidad infantil y la desnutrición; mientras que las carencias de servicios comparativamente menos graves.

Mapa IV. Tipología de vivienda / área rural



Fuente: Desarrollo Social y Gestión Municipal en el Ecuador: Jerarquización y Tipología -Infoplan -2001.

- **Áreas rurales con déficit habitacional intermedio.-** Este grupo está conformado por hogares que tienen agua potable y alcantarillado, y materiales de mediana calidad en las paredes y pisos.

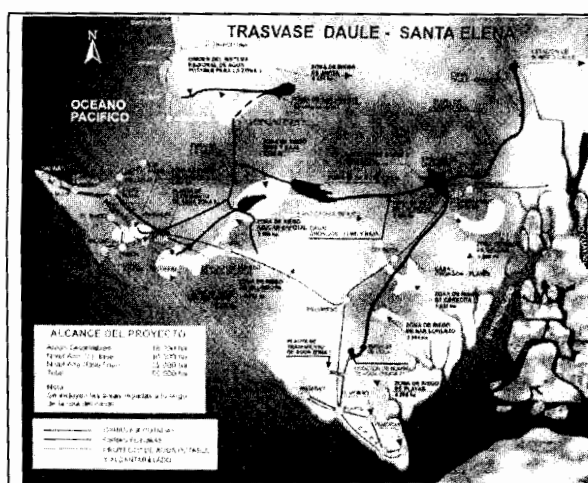
- **Carencias severas de infraestructura.-** Presenta graves carencias, sobre todo en servicios de infraestructura. El servicio eléctrico alcanza a penas un tercio de los hogares, y las coberturas del agua potable y alcantarillado promedian el 7% y 4% respectivamente.

Al proponer al agroturismo como actividad alternativa en las zonas rurales de los cantones antes mencionados se busca mejorar el sector:

- *En el ámbito económico*, porque toda actividad turística bien realizada trae como consecuencias buenas remuneraciones para las personas que se dedican a desarrollarla como a los alrededores.
- *En el ámbito social*, ya que con el plan de capacitación que se propone, se pretende mejorar el nivel de educación de los participantes de esta actividad; además, al proponer el desarrollo de esta actividad se está generando plazas de trabajo y por ende se disminuye la migración de estas personas a las ciudades o al extranjero.
- *En el ámbito turístico* porque con el desarrollo del agroturismo se abrieron las puertas a otro tipo de turismo rural, al que por no haber las comodidades suficientes y prestarle la atención debida se la ha estado dejando de lado; siendo uno de las actividades más atractivas para turistas extranjeros y ciertos nacionales que gustan de divertirse en contacto con la naturaleza.

1.3 Información básica sobre CEDEGE.

El mapa a continuación muestra los sectores favorecidos por la presencia del Transvase Daule – Santa Elena, que es sector que se pretende desarrollar turísticamente en el presente trabajo.



Mapa V.- Transvase Daule – Santa Elena

Como el presente proyecto está basado específicamente en la zona de la península de Santa Elena, se ha buscado el apoyo de la CEDEGE, institución de la cual se escribe a continuación.

La Comisión de Estudios para el Desarrollo de la Cuenca del Río Guayas y península de Santa Elena (CEDEGE), nació como resultado de la necesidad de la existencia de

un organismo que identifique y determine el verdadero potencial que posee la cuenca del río Guayas y, además, se encargue de la ejecución de las obras que permitan cristalizar el tan ansiado desarrollo agrícola, con los consiguientes beneficios para el Ecuador. Existen varios proyectos que han sido ejecutados por CEDEGE a partir de 1975 y en la actualidad todos se encuentran en fase de operación, mantenimiento y/o transferencia a los usuarios:

- Proyecto Babahoyo,
- Proyecto de Riego y Drenaje del Valle del Daule,
- Proyecto Presa y Central Hidroeléctrica Daule - Peripa,
- Proyecto Control de Inundaciones Cuenca Baja del Río Guayas,
- Proyecto Trasvase Daule - Santa Elena,
- Proyecto Agua Potable y Alcantarillado península de Santa Elena,
- Proyecto Catarama.

El proyecto enfocará la investigación en los planes ejecutados en la península de Santa Elena, es decir en las fincas que se benefician con el Proyecto Trasvase Daule - Santa Elena.

La península de Santa Elena ha sufrido de escasez de agua desde hace más de 100 años. Muchos aseguran que esto se debe a la tala indiscriminada de los bosques tropicales que existieron en esta región, transformándola en una zona semidesértica,

sin embargo la explotación racional de estas tierras proporciona condiciones agrícolas insuperables en el país. De ahí nace el Trasvase como un complemento de una de las obras más importantes del Ecuador.

El proyecto que está ejecutando CEDEGE, consta de varias etapas:

- Estación de Bombeo Daule.
- Canal Daule – Chongón, atraviesa el Cerro Azul.
- La Presa Chongón.
- Canal de riego Chongón - Cerecita – Playas (de 55 km. de longitud).
- Adecuación de la Presa del Azúcar.

El proyecto Trasvase alcanzará aproximadamente 42.000 ha. para riego, de las cuales 4.500 ha. poseen una red de riego presurizado ubicada en la zonas de Chongón, Azúcar y Cerecita; el resto, directamente son captadas de los canales y embalses. En la actualidad existen alrededor de 7.000 ha. cultivadas.

Entre las fincas de mayor importancia que se encuentran beneficiadas con los trabajos realizados por CEDEGE en la zona están: Translomar, Oroban, Rilesa S.A., Senaca S.A. , Agrimonrrey, Idolsa S.A., Cultimango S.A., Agroper, Vitaverde S.A., Frutalandia, entre otras.

Los cultivos que se producen son especialmente los de ciclo corto, además de otros productos exóticos, tales como: espárragos, guayaba, melón, cebolla, madera de teca,

mango, cacao, frutales, limón, plátano, pasto, maní, fréjol, maíz, banano, uva, flores tropicales.

Por otra parte CEDEGE posee, en la península de Santa Elena, tres granjas experimentales ubicadas en zonas estratégicas (Chongón, Playas y El Azúcar); en las mismas se han incorporado pequeñas áreas de diversidad de cultivos frutales y de ciclo corto.

Además se ha creado, en la península de Santa Elena, con el apoyo de CEDEGE, una asociación de pequeños y medianos agricultores, con el fin de unificar técnicas de producción, empaque, etc. producir en forma coordinada para así tener acceso a las ventajas de comercialización en los países interesados.

A través de esta asociación se importará insumos y maquinarias necesarias, se buscará romper el monopolio de los intermediarios, formando centros de acopio.

Se debe aprovechar la belleza paisajística que tiene la península de Santa Elena. Otro ejemplo de posible lugar para el desarrollo de esta actividad es la represa de Chongón. Además se puede aprovechar los proyectos de la ESPOL que se encuentran en ejecución como lo es la finca de plantación de espárragos, ya que es un buen ejemplo de cultivo de productos no tradicionales.

CAPITULO 2.- REQUERIMIENTOS NECESARIOS PARA EL
DESARROLLO DEL AGROTURISMO BASADO EN EL PROYECTO
SANTA ELENA - CEDEGE.

Con el desarrollo de este proyecto se pretende mejorar la oferta mediante una adecuada capacitación a los receptores de turistas o anfitriones, en cuanto a manejo turístico de espacio, gente y recursos; acomodando los horarios de capacitación a sus labores normales; por lo que se haría viable el producto a venderse.

En este capítulo se destacará los puntos relevantes del proyecto que se realizó en la provincia de Chiloé, en Chile, el cual se realizó con el aval de la Red de Agroturismo Española, aplicándolo a la península de Santa Elena.

2.1 Fomento del desarrollo agroturístico.

Las personas que buscan realizar este tipo de actividad desean encontrar un lugar donde descansar, relajarse, alejarse de la rutina normal y entrar en contacto con la naturaleza además que se interesan por el producto característico de la finca y en la forma en que se lo produce.

Se debe tener en cuenta que el lugar escogido cumpla con ciertos requisitos básicos indispensables, para que de esta forma el turista sienta que se encuentra en un lugar seguro y confiable, donde podrá disfrutar de productos de calidad, sin encontrarse con aglomeración de personas; es decir, no se pretende desarrollar turismo masivo.

Antes de poner en marcha cualquier proyecto turístico, es necesario hacer un análisis del sector que se pretende desarrollar para que de esta manera no se afecte negativamente al medio ambiente circundante y al mismo tiempo ofrecer al visitante las seguridades necesarias para evitar al máximo malas experiencias. Un ejemplo de lugares que presenta riesgos para los turistas es la playa de Punta Canero, de la cual se muestra una imagen a continuación:



Foto 6.- Punta Carnero

A continuación se presentará un breve listado de los requerimientos que se deben de cumplir para el correcto desarrollo del agroturismo y luego se procederá a compararlos con los existentes en la península de Santa Elena para poder analizar las fortalezas y debilidades y así desarrollar acciones que coadyuven a la consolidación de esos aspectos y poder brindar un producto de calidad.

2.1.1 Infraestructura ideal e Infraestructura actual.

Se ha tomado como referencia las definiciones expuestas por las redes españolas de desarrollo agroturístico. Se puede determinar que, para empezar, se debe buscar viviendas que reúnan ciertas condiciones básicas de habitabilidad, tales como alojamiento con número mínimo de dos dormitorios dobles y un máximo de seis, cuarto de baño completo en el interior de la vivienda. De no existir estas condiciones, las personas dispuestas a desarrollar esta actividad deberán implementarlas en sus fincas.

Fomentar una política de producto que esté orientada hacia la satisfacción total del cliente y que se concrete en la interacción entre: el cliente, el soporte físico y la familia receptora de los huéspedes.

- El cliente, parte activa en la prestación de servicios.
- El soporte físico: vivienda, predio y entorno. Dichos elementos son un escaparate del servicio propuesto. De allí la importancia del cuidado y embellecimiento tendientes a facilitar la interacción entre el personal en contacto y el cliente, ayudando a suscitar las actitudes y comportamientos que condicionan la calidad del servicio.
- La familia que se mantendrá en contacto directo con el cliente. Ella es la clave en cuanto personifica el proyecto a ojos del visitante, máxime cuando una persona sólo desempeña afectiva y efectivamente su función, si realiza su trabajo de manera agradable y satisfactoria para el cliente.

Estructura e Infraestructura Ideal.-

Si se parte de la base de que el turista no compra productos, sino ciertos beneficios que puede obtener de los mismos, se puede llegar a las siguientes conclusiones, entre otras:

- El alojamiento agroturístico no vende camas sino descanso, funcionalidad, vacaciones, la posibilidad de disfrutar en un entorno tranquilo y bien equipado en

contacto con la naturaleza y la cultura tradicional;

- El establecimiento agroturístico no vende platos, vende compartir alrededor de una mesa, degustar platos tradicionales de la zona;
- Sin embargo, sí se garantizará cosas tangibles como las adecuadas condiciones de habitabilidad y confortabilidad: casas equipadas con cuarto de baño en su interior, agua caliente y calefacción.
- Como valor añadido, la posibilidad de aproximarse a un entorno natural y cultural acompañado por quienes lo hacen posible día a día, por lo que se puede decir con toda seguridad que el producto agroturístico se revela como el ideal para aprovechar la riqueza del lugar.

Las actividades a desarrollar se pueden dividir en tres líneas de servicios agroturísticos:

a. Alojamiento:

Como ya se anotó anteriormente, el establecimiento deberá cumplir con ciertos requisitos tales como: tener capacidad para recibir a un mínimo de cuatro personas y un máximo de doce personas, distribuidas en habitaciones dobles o triples, por lo menos un cuarto de baño completo en el interior de la vivienda. Esto permitirá disfrutar de unas vacaciones tranquilas, sin aglomeraciones, recibiendo un trato

familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza.

Otros tipos de de alojamiento que se pueden ofrecer son:

- Casa de campo.
- Hostería colonial.
- Alojamiento rural.
- Cabañas en medio de un bosque.
- Agro-camping.
- Alojamiento en casa del dueño con o sin servicio de comidas.
- Alojamientos en albergues independientes con o sin servicio de comidas.
- Zona de picnic.

b. Alimentación

Se ofrecerá una gama de la gastronomía típica, es decir, lo que habitualmente consume la familia en su diario vivir. Además la familia podrá ofertar una gama de platos de “comidas ligeras” de acuerdo con los pedidos de los clientes, siempre y cuando se encuentre dentro de las posibilidades locales.

c. Productos complementarios:

La venta directa de productos principalmente agro-industriales y artesanías considera tanto el diseño como su elaboración en el propio predio familiar, en donde se pone en práctica todo el conocimiento y los sistemas más tradicionales de la producción/manufactura.

Además se puede ofrecer otro tipo de actividad dependiendo de las facilidades que preste la zona, algunos ejemplos de productos complementarios se listan a continuación:

- Centro rural recreativo.
- Termas.
- Cabalgatas.
- Paseos lacustres.
- Piscicultura
- Ruta arqueológica.
- Paseos temáticos
- Programa organizado en el ámbito gerontológico.
- Actividades recreativas.
- Turismo ecuestre y equitación.
- Paseos diurnos.
- Piscina, tenis, minigolf, pool, caminatas.
- Paseos en carruaje.
- Paseos en bicicleta.



Foto 7.- Acuario de Valdivia

- Río privado.
- Excursiones a lagos cercanos.
- Observación de flora y fauna (foto 7).
- Visita a fenómenos naturales (volcanismo, geología, termalismo y otros)
- Nociones de astronomía y otros
- Rafting, Canoa-kayak
- Etnoturismo
- Fotografía de naturaleza
- Trekking

- Parapente
- ULM (Ultra Ligero Morotizado)
- Espeleología
- Pesca y caza deportiva,
- Arqueología, rutas históricas
- Folklore
- Horticultura
- Artesanías.
- Campamentos
- Fiestas costumbristas
- Leyendas, tradiciones, esoterismo y otros
- Disfrutar de recursos naturales: zonas, áreas o elementos de paisaje protegido.
- Actividades campestres y de la explotación agraria:
 - Visita a lecherías,
 - Cosechas de frutas
 - Participación en las labores de la explotación agraria.
 - Cultivo de claveles, animales y actividades recreativas y participativas (ordeñar vacas, dar leche a terneros, etc.)
 - Productos biológicos cosechados por agricultores, garantizados de agricultura sustentable.
- Alas delta
- Senderismo
- Ciclismo de montaña
- Buceo
- Viticultura
- Conocimiento de plantas medicinales
- Apicultura (foto 8)
- Patinaje

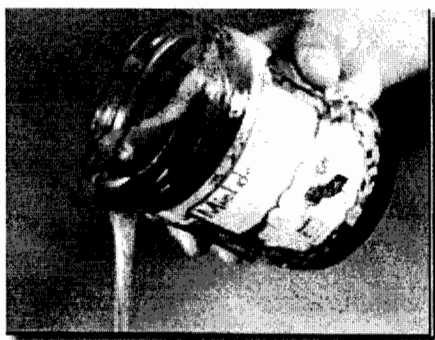


Foto 8.- Apicultura de Manglaralto.

Fuente: Fundación Pro busque

- Cursos especiales, dependiendo de la época del año y del producto de la temporada, que se los puede encontrar a diario en la mesa.
- Curso de elaboración de conservas (según temporadas).
- Elaboración de mantequilla.
- Aprender a cocinar recetas tradicionales con la ayuda de los dueños de los alojamientos.
- Servicio de guardería infantil.
- Trabajo de madera con torno y talla de madera.
- Restauración de muebles antiguos.
- Exposición de videos, charlas, seminarios.
- Iniciación a la agricultura ecológica para huerto familiar.

Otro punto importante a tener en cuenta al momento de hacer un análisis de las facilidades que debería prestar la finca que se interese en realizar este tipo de actividad, es la infraestructura del lugar y de la zona circundante, tales como vías de acceso y ubicación de la finca:

- Buen sistema de señalización del lugar.
- Carreteras y vías de acceso en buen estado.
- Calidad paisajística.
- Facilidades para llegar y realizar actividades alternas de recreación (deportes, actividades programadas, culturales) en contacto con la naturaleza.
- Fácil acceso a las poblaciones más cercanas.
- Cercanía a centros de salud, policía, etc.
- Buen estado de la infraestructura. (agua potable, pozos sépticos, electricidad, etc.)
- De existir algún horario de uso de los servicios básicos; deben estar expuestos en lugares visibles y ser remarcados al momento de la llegada del pasajero.

Infraestructura y estructura actual.-

Aunque en el sector no se desarrolla la agricultura como actividad principal, La Gloria es un buen ejemplo de desarrollo turístico en el sector.

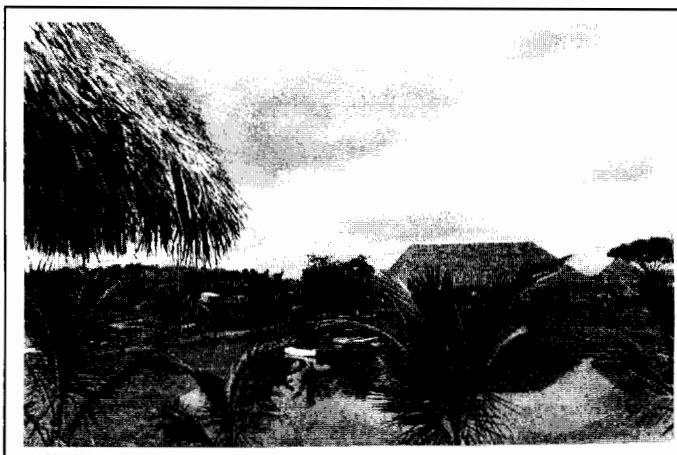


Foto 9.- Finca “La Gloria” – Km 53 Vía Guayaquil – Salinas

Según el estudio de campo realizado se puede decir que la zona cuenta con:

- Buen estado de la carretera principal de acceso.
- Apoyo logístico de CEDEGE, a nivel de fincas, en cuanto a previsión de plagas; formas de cultivo; cultivo de productos exóticos.
- Excelentes paisajes.
- Accesibilidad para realizar actividades alternas de playas gracias a la cercanía con el perfil costero.
- Cercanía a poblaciones circundantes, desde Guayaquil hasta:

<i>Destino</i>	<i>Km.</i>	<i>Destino</i>	<i>Km.</i>
Santa Elena	130	La Libertad	135
Salinas	141	Playas	113
Ballenita	145	Punta Blanca	150
Manglaralto	184	Montañita	187
Olón	197	Posorja	113
Data	123		

- Las personas de las comunas son cordiales, atentas, hospitalarias.
- Adecuada infraestructura financiera y comercial.
- Mano de obra barata y calificada.
- Capital humano dispuesto a trabajar por el turismo.
- Facilidad en la transportación hasta la zona, debido al tráfico de diversas líneas de transporte.
- Existencia de una infraestructura hotelera que satisface todas las necesidades.
- Existencia de biodiversidad y entorno natural.
- Materia prima para artesanos (madera, tagua, paja toquilla, zapán, recursos calcáreos).
- Actividad pesquera que contribuye al desarrollo turístico.
- Áreas arqueológicas.
- Atractivos turísticos a corta distancia que permite visitarlos en un día.
- Raíces históricas y culturales: Valdivia.
- Identidad gastronómica.
- Playa, sol, mar y buen día todo el año.
- Centros de diversión y recreación.
- Pesca deportiva y artesanal (foto 10).



Foto 10. Pescador

- Deporte náutico (regata internacional, velerismo).
- Infraestructura eco-turística hotelera (hospedería comunitaria).
- Precios económicamente convenientes.
- Riqueza cultural evidenciada en artesanos, artes, etc.
- Agua para riego en ciertos sectores cercanos a los canales de distribución de las represas en Chongón, El Azúcar y Río Verde.
- En cuanto a seguridad se refiere, la península cuenta con la presencia de 3 ramas de las Fuerzas Armadas, ubicadas en las ciudades mas cercanas.
- En cuanto a educación se refiere, cuenta con la presencia de centros de formación universitaria que cuentan con carreras de hotelería y turismo, con las cuales se garantizará la integración al área laboral de personal calificado.

2.1.2 Condiciones básicas que debe reunir un predio agropecuario para poder desarrollar el agroturismo.

Una vez analizada la infraestructura ideal y la actual se puede listar ciertas condiciones que debe reunir un predio agrícola para ser "miembro de esta empresa", teniendo en cuenta que lo óptimo sería que se cumplan con los requisitos detallados en los temas anteriores.

Para el correcto desarrollo de la actividad agroturística es necesario cumplir con los requisitos básicos que busca un turista al solicitar este tipo de actividades, por lo que se aconseja se implementen las siguientes observaciones; con las cuales se completarían los requerimientos de los turistas:

- Mejoramiento y/o creación de un eficaz plan de comercialización, informado a la población en general sobre los beneficios al desarrollar actividades turísticas en la zona. (Tanto a empresas gubernamentales, privadas, operadores de turismo, etc.)
- Mejoramiento y mantenimiento de las vías de acceso alternas.
- Mejoramiento de medios de comunicación telefónica para así evitar el congestionamiento de llamadas o la falta de señal para teléfonos celulares.

- Ejercer controles en la información que se entrega a los medios de comunicación, para no presentar una mala imagen del sector.

- Promoción de una conciencia ecológica entre los comuneros.

- Creación y difusión de folletería informativa sobre los beneficios de las actividades agroturísticas, además de lugares o puntos turísticos para visitar.

- Implementación de planes de capacitación o consulta sobre formas de cultivo y cuidado del ganado en general.

- Brindar todas las facilidades en cuanto a formas de comunicación se refiere.

- Implementación de más lugares que ofrezcan facilidades para acceder a Internet y/o otros métodos de comunicación.

- Creación de campañas de información sobre el mantenimiento y limpieza de letrinas y pozos sépticos ya que son los métodos más utilizados en zonas rurales.

- Buscar formas de que los productos ofertados mantenga estándares de calidad en las diversas áreas de la península.

- Confección de letreros de señalización de atractivos turísticos, además de mejorar su promoción y difusión.
- Implementación de planes de control de desechos, para así evitar epidemias.
- Evitar la contaminación por medio del ruido.

2.1.3 Estudio demográfico con respecto a la aptitud turística del sector rural.

De acuerdo con el estudio de campo que se realizó en el sector se puede decir que los lugares que presentan más facilidades para el desarrollo de esta actividad son los que se encuentran en la carretera principal y los más cercanos a las playas, ya que además que tiene facilidades como para hacer los ajustes necesarios, poseen la infraestructura básica como para empezar a recibir turistas, son los que mejores paisajes tienen.

Antes de ejecutar cualquier tipo de plan, es necesario hacer una identificación y selección de las familias participantes, es decir, realizar un estudio demográfico del sector. Esta etapa iniciaría efectuando una “Identificación de las fincas” cuya característica principal sería que fuera una vivienda preferentemente tradicional en un entorno con potencial atractivo turístico, tuviesen o estuviesen dispuestos a incorporar las mejoras detalladas anteriormente.

Tras un periodo de aceptación y maduración de la idea en la familia participante, deberán comprometerse a ser miembros activos del equipo mediante una acción formal que podría sellarse con la firma de un documento de adhesión al proyecto.

Uno de los beneficios de adherirse al proyecto es de participar en las acciones de capacitación que se desempeñen con el fin de mejorar el servicio.

De acuerdo a la investigación de campo sobre el nivel de aceptación, se puede decir que en términos generales, el personal de las comunas y dueños de fincas están dispuestos a realizar actividades turísticas debido a los beneficios que esta conlleva; en cuanto al agroturismo, están dispuestos a analizar un poco más el tema, ya que esta actividad también conlleva a grandes beneficios para todos los participantes.

Estudio del sector turístico de la península de Santa Elena.

Haciendo un breve análisis de campo, se ha detectado las potencialidades para el desarrollo de las siguientes modalidades turísticas:

- *Turismo especializado en el tema arqueológico*, ya que en toda la zona costera se han encontrado vestigios de antiguas culturas; se cuenta con la presencia de museos dedicados a enseñar un poco más sobre las costumbres de nuestros ancestros, como ejemplo están: Museo de Chanduy, Amantes de Sumpa;

además de museos de temas creados tal como es el Farallón Dillon, entre los más importantes.

- *Turismo especializado en el tema etnográfico;* aprovechando las características de las costumbres de los pobladores de la zona, se puede realizar programas en los cuales se destaquen los aspectos más interesantes y así además de reforzarlos en nuestra gente, se los enseña a los visitantes para que de esta forma aprendan a respetarlos como son; y así se evita que culturas ajenas sean introducidas.
- *Ecoturismo como oferta principal y, en algunos casos, complementaria.* Debido a las características del agroturismo, es indispensable que cada persona aprenda a convivir con la naturaleza que los rodea, la conozcan y la respeten como ser viviente; por esto el ecoturismo se presenta como oferta principal; pero también se lo puede presentar como alternativa dentro de un paquete turístico, en cuyo caso sería una actividad complementaria a lo ofrecido.
- *Diseño de productos turísticos profesionales.* Aprovechando el conocimiento adquirido por los nuevos profesionales de turismo de la zona, se pueden diseñar nuevos productos turísticos, ya que éstos, por ser oriundos del lugar, conocen con más precisión los lugares que normalmente no son muy tomados en cuenta pero que por su ubicación y belleza natural pueden ser desarrollados

turísticamente, estos productos pueden combinar programas terrestres con programas marinos.

- *Alianzas estratégicas para la venta de circuitos integrados (ruta del sol).*
Siguiendo con la línea propuesta de productos y servicios de playa, la cual empieza justamente en la península, se podría aprovechar los planes propuestos y/o proponer nuevos para mejorar el desarrollo de este programa, el cual está siendo promocionado actualmente.
- *Elaboración de productos y paquetes turísticos multidestino en la región.*
Como estrategia de marketing se podría buscar la forma de hacer que los dueños de locales turísticos se reúnan para organizar programas en los cuales los visitantes puedan conocer varios destinos turísticos, con precios convenientes.
- *Alojamientos tradicionales.* Con nuevos y mejores planes de marketing se pueden presentar los diversos servicios de la zona, los cuales llegan a complacer los gustos de los turistas, desde los turistas élite (que buscan confort y comodidad ante todo), hasta aquellos turistas mochileros que salen en búsqueda de aventuras antes que comodidades, para quienes se ofrece alojamiento en casas de familias, quienes brindan un excelente servicio a sus huéspedes.

2.2 Adiestramiento y capacitación del personal.

Un pilar de la presente tesis es la implementación de un Centro de Formación Permanente en el cual se capacite a todo el personal que vaya a tener contacto directo o indirecto con el turista. Esta capacitación se hará a todo nivel, es decir, tanto agropecuario como turístico, para lo cual se piensa contar con profesionales en el área turística, agrícola, pecuaria y social; así los actores contarán con ayuda de personal capacitado, quienes responderán a consultas e inquietudes.

Para poder desarrollar un buen plan de trabajo al nivel de capacitación del personal es necesario:

- Analizar el medio en que se desarrollan, lo que los rodea.
- Analizar el nivel de educación de los pobladores.
- Analizar la calidad de la educación que se brinda en el sector.

Además se debe conocer y resaltar ciertos puntos de su cultura y hacerlos tomar conciencia para que de esta forma no se pierdan a futuro con la influencia de otras culturas; con esto se pretende contribuir a la ingente labor de recuperación y revalorización de la cultura tradicional de tal forma que éstos sean los protagonistas principales del desarrollo integral de la comunidad. La importancia de trabajar en el área cultural se pone de manifiesto tanto en cuanto el proyecto que se pretende

implementar no puede descuidar la vertiente cultural y participativa de la comunidad; van estrechamente interrelacionados.

Se considera importante que la cultura local se reconozca y valore, pero también es importante que se enriquezca en el contacto con culturas diversas. Sin embargo, esto no significa que deba llevarse por los mecanismos masificadores de la cultura de consumo y abundancia. En este sentido, el proyecto de agroturismo permite generar un espacio de encuentro entre los habitantes de la comunidad y diferentes protagonistas de culturas distantes y diversas.

Teniendo esta información a la mano, se puede comenzar a revisar los puntos débiles existentes en cuanto a educación y trabajar en ellos para mejorar el nivel actual.

Para poder lograr esto es necesario realizar una Investigación etnográfica participativa, es decir, promover el reconocimiento y la valoración del patrimonio oral de las comunidades rurales buscando el apoyo de todas las personas de la comunidad para luego recopilar todos los datos, analizarlos y transcribirlos en un informe sobre el cual se discutirá y elaborará una pauta de sistematización del encuentro protagonizado por las familias dueñas de las casas y las familias visitantes; informe que deberá ser distribuido a las familias participantes. Este proceso debe de acompañarse de la animación, motivación y multiplicación de la actividad entre las familias.

La Filosofía que anima el área de Formación, es el que ésta no se limite a un curso, sino que pueda tener una prolongación en el tiempo, que le permita un mejor entronque con la problemática concreta y dinámica del proceso en el que cada uno/a se desenvuelve, principalmente por cuenta propia. En función de las características del proyecto, se piensa desarrollar un Plan de Formación-Promoción-Sensibilización a través de un curso reforzado por la asesoría en terreno, la cual podrá ser solicitada cuando el participante lo crea más conveniente.

Con la capacitación que se propone se pretende cumplir con las siguientes metas:

- Preparar el talento humano para la gestión del negocio turístico;
- Mejorar la prestación de los servicios que requiere el turismo para lograr su perfil competitivo, fortaleciendo las empresas ya existentes y creando nuevas;
y,
- El desarrollo y posicionamiento de un producto turístico capaz de generar empleo para el sector, contribuyendo así al desarrollo de esta actividad, en un marco de desarrollo humano sostenible.

El gran potencial turístico de la zona se basa especialmente en los siguientes elementos: recursos naturales, biodiversidad, diversidad étnico - cultural, paisaje, arqueología, arquitectura, historia, eventos de trascendencia nacional e internacional.

Pero, esas ventajas comparativas tienen que entrar a una fase de valoración y a establecer las condiciones que se requieren para conformar y ofrecer productos competitivos en el ámbito nacional e internacional.

En ese sentido, nuestra tesis buscará contribuir a que el sector pase de predicar esas ventajas comparativas a crear ventajas competitivas de sus productos, teniendo en cuenta:

- los parámetros que dictan las respectivas leyes que tendría injerencia en las actividades que se realizan; y,
- plantear los instrumentos de ordenación, promoción y mercado que se necesitan para lograr el desarrollo del sector y de esta manera plantear en el campo regional y municipal, incentivos fiscales y financieros para desarrollar nuevas alternativas de desarrollo turístico en la zona referida; todo esto realizado por los involucrados en la actividad.

Para el correcto impulso del turismo, deben tenerse en cuenta las condiciones que se detallan a continuación:

- a. Determinar las necesidades de capacitación de las empresas de Restauración, Hospitalidad y Viajes y Turismo. Es recomendable buscar los mejores planes de capacitación de acuerdo a la actividad característica de cada tipo de empresa, tomando en consideración la debilidad empresarial y tecnológica que las

caracteriza, para que de esta forma el participante pueda aplicar los conocimientos impartidos inmediatamente en su trabajo diario.

- b. Si uno de los propósitos es la búsqueda del desarrollo regional en cada uno de los sectores, es preciso que se hagan esfuerzos por parte del gobierno como de empresas privadas para propiciar la generación de empresas que dinamicen el aparato productivo, que generen empleo y demandas a las otras actividades económicas; como empresas dedicadas a la construcción, actividades artesanales, elaboración de productos alimenticios, de limpieza, etc. Ejemplo, si se quiere adecuar una finca para poder recibir turistas, será necesario reorganizar ciertas áreas de la finca y construir otras áreas, lo cual va a demandar mano de obra dispuesta a realizar este tipo de actividad. Además se necesitará personal que se dedique a la atención al cliente, a la limpieza del lugar, a la preparación de productos alimenticios, entre otras cosas. Así se generarán varias plazas de trabajo tanto el área de la construcción como en el área turística, alimenticias, etc.
- c. El trabajo en turismo debe orientarse en dos direcciones:
 - En primer lugar, cómo fortalecerlo partiendo de las características específicas y trabajando en todos los niveles (Restauración, Hospitalidad, Viajes y Turismo); y con la colaboración de todos los participantes, de los dueños a los colaboradores.

- En segundo, explorar la forma cómo las comunidades se pueden incorporar al negocio y obtener los beneficios que ofrece. Por ejemplo se podría aprovechar el desarrollo de las diversas actividades que se realizan en todas las poblaciones que bordean el sector, como la elaboración de muebles de moyuyo (foto 11).



Foto 11. Muebles de Moyuyo

2.2.1 ESCUELA DE FORMACIÓN PERMANENTE: actores, importancia (beneficios), plan de trabajo, costos, etc.

CURSOS DE CAPACITACIÓN.

Realizando un breve análisis de la situación educativa de los pobladores de la península se puede decir que los obreros tienen conocimientos empíricos de su trabajo, habría que analizar el posible caso de una alfabetización antes de realizar cualquier tipo de actividad educativa. En cuanto a los administradores y dueños de

las fincas; éstos si tienen una educación superior en la mayoría de los casos, por lo que para este grupo se necesitaría enfocar todas las actividades hacia el área turística.

A nuestro punto de vista la capacitación debe ser enfocada y adecuada de acuerdo al nivel de educación de los participantes, es decir dependiendo del mercado meta al que se piensa llegar; para esto se ha dividido la capacitación en tres fases:

1. Especializada para obreros y administradores, en la cual se dictarán temas específicos los cuales puedan aplicar en la vida diaria y de manera inmediata.
2. Especializada para dueños de fincas, serán a manera de seminarios teóricos-prácticos a modo de información de la actividad, los pro y contra, mejoras que se podrían dar, calidad en el producto a ofrecer al igual que en los servicios.
3. Complementario a las escuelas de turismo de la península, a manera de seminarios técnicos, con los cuales se pretende introducir el alumno a los temas agropecuarios, cultivos específicos de la zona, crianza de animales y productos que se obtiene, pero sin pretender formar ingenieros agrónomos; más bien a manera de conocimiento de soporte para que el profesional en turismo tenga una base sobre la cual trabajar en los proyectos de este tipo.

Estrategias.

1. Acciones de concertación con empresarios y población asentada en los sitios de interés turístico, para exponer el tema, presentar las mejoras y beneficios que esta actividad conlleva y así tener una mejor aceptación de todos los posibles participantes y poder trabajar conjuntamente para alcanzar metas comunes.

2. Integración inter-étnica y sensibilización a la incorporación de un turismo sostenible que respete los valores culturales y la conservación de la naturaleza.

3. Capacitación y concienciación de los interesados en desarrollar esta actividad y de los demás actores comprometidos con el sector, con el fin de integrar la respuesta obtenida a los planes de desarrollo turístico del sector.

4. Seguir fortaleciendo las empresas de turismo existentes, teniendo en cuenta sus actividades características y la zona en que se encuentren ubicadas.

Requerimientos que se presentan al organizar los cursos:

1. *Métodos de reservaciones de cursos; utilización de recursos tecnológicos en la gestión y en otros procesos de recolección de información;* es decir, definir el proceso a seguir para realizar reservaciones de los cursos y una vez definido este proceso proponer técnicas con las cuales se podrá dar un mejor servicio a los posibles clientes y evitar la fuga de información valiosa para esta actividad.

2. *Eficiencia organizacional de instituciones y gremios del sector.* Al momento de promocionar los cursos se debería contar con el apoyo y/o aval de organizaciones gubernamentales, empresas privadas y gremios del sector; para que al final de la capacitación se entregue a cada participante y fincas colaboradoras algún tipo de “sello” o certificado de calidad.

3. *Diversificación de la oferta en relación con los diferentes tipos de motivación.* Con este requisito se busca que se ofrezca cada curso destacando las características más importantes, para de esta forma trabajar sobre los puntos que motivarían a cada grupo o segmento al que va dirigido el curso o seminario.

4. *Información en congresos y convenciones.* Aprovechar cualquier tipo de actividad cultural, universidades, congresos, convenciones, recursos tecnológicos, para promocionar los cursos a dictarse, y así llegar a la mayor cantidad de público interesado.

5. *Manejo de costos.* Uno de los objetivos del plan de capacitación es poder llegar a la mayor cantidad de gente posible y de esta manera mejorar el nivel de preparación de los pobladores de la península y una forma de hacerlo es que los cursos y/o seminarios tengan un costo razonable; es decir, que sea asequible para quienes deseen participar; siempre y cuando se cumpla con los requisitos y

requerimientos que cada curso exige; buscando equilibrar un producto de calidad con precios convenientes.

6. *Fortalecimiento de la cultura (vestimenta, gastronomía típica, festividades, etc.)*

Como ya se comentó anteriormente, nuestro objetivo es que las principales características de la cultura de los pobladores de esta zona no se pierdan con la presencia de culturas extrañas a ellos, por esto es importante conocerlos, fortalecerlos y fomentarlos. Este es otro punto a destacarse al momento de promocionar los cursos.

7. *Turismo receptivo y manejo del mercado interno.* Con el desarrollo de esta actividad se busca fomentar el turismo receptivo, ya que con un efectivo plan de marketing se podría contar con la presencia de participantes de fuera de la península.

8. *Servicios de agentes y tour- operadores.* Si se pretende contar con la participación de personas de fuera de la zona, se podría organizar junto con agencias de viajes y tours-operadores programas con los cuales se ofrezcan programas interesantes a los posibles participantes.

9. *Ecoturismo, etnoturismo.* Estos dos puntos son importantes en el desarrollo del agroturismo, por lo cual se los mantiene presente durante el desarrollo de todos

los cursos; detalle que es muy importante recalcar al momento de publicar los cursos.

10. *Indicadores de satisfacción del cliente.* Al momento de publicitar los cursos y seminarios, se deberá mostrar los beneficios de participar en esta actividad, de esta manera se motivará más a aquellas personas que se interesen en participar. Además se pretende enseñar métodos para *MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE*, según los servicios recibidos y así tener una forma para controlar y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.
11. *Diseño de productos y paquetes turísticos multidestino.* Otro objetivo de los cursos de capacitación es proponer mejoras sobre los productos existentes y aprovechar los conocimientos impartidos para la creación de nuevos productos y paquetes turísticos.
12. *Comercialización de productos turísticos.* Una vez mejorados los productos existentes y creados nuevos, se pretende buscar la mejor forma de comercializarlos, ideas que se buscará que nazcan de los participantes.
13. *Alianzas estratégicas para la venta de circuitos integrados.* Durante el desarrollo de los cursos, los participantes buscarán la forma de poner en marcha sus ideas, para lo cual surgirán alianzas entre personas de las diversas zonas de la

península y así se crearán, entre otros, productos que integrarán a toda la zona costera.

Objetivos del plan de capacitación agroturística.

El plan de capacitación agroturística tiene los siguientes objetivos:

1. Propiciar un cambio de mentalidad en la población sobre el Turismo, su aprovechamiento y sobre la necesidad de conservar los recursos ambientales y culturales.
2. Contribuir a formar personas con responsabilidades para asumir el liderazgo en la gestión turística.
3. Capacitar para la administración y operación que requieren las empresas del sector.
4. Dar a conocer las potencialidades y valores de los cantones participantes a todos los niveles.

Dicho plan contempla las siguientes actividades:

1. Diseño y monitoreo de la ejecución de un programa de formación y capacitación de los recursos humanos, en materia turística, que contemple todos los niveles de educación formal y no formal, que responda a las necesidades del desarrollo del sector.
2. Gestión ante las autoridades educativas, la incorporación en los currículos de todos los niveles de educación formal (empezando con los universitarios), temas que conduzcan al conocimiento, sus valores y su problemática social y económica.
3. Producción de material escrito sobre los temas que contribuyan al conocimiento de la península, sus valores, sus potencialidades, atractivos y distribuirlos entre las diferentes comunas y entidades educativas.
4. Capacitación a los docentes de los distintos niveles educativos en los temas turísticos y agrarios.
5. Capacitación a líderes empresariales y líderes comunitarios en la gestión turística y en el conocimiento del entorno peninsular.
6. Trabajo con los líderes comunitarios en las campañas antes mencionadas.

DISEÑO DE CURSOS

Dependiendo de cada grupo meta, se presenta un esquema de materias que se dictarían junto con un detalle del propósito que se busca al dictar cada charla.

Para obtener mejores resultados a nivel captación por parte del participante, se busca organizar los cursos o charlas de tal manera que se siga un orden lógico, para esto se ha decidido seguir el siguiente plan:

Esquema de materias:

- Se han creado cuatro niveles diferentes de cursos, específicos para cada grupo al que se dirigirá; para obreros se ha decidido que sería conveniente tomar cursos con los que se busque una introducción a la formación de guías turísticos naturalistas; a los administradores de fincas se busca complementar sus conocimientos con cursos aplicados al turismo; y a los dueños de fincas se pretende introducirlos al turismo.

- Todos los cursos/seminarios dictados no requerirán de mucho tiempo por parte de los participantes, pero el contenido será el requerido para cumplir con los objetivos propuestos.

- Al final de cada curso y como requisito para continuar con el siguiente se entregará un certificado o diploma de haberlo concluido con éxito; éste documento se entregará a cada participante que cumpla con una cantidad determinada de horas de asistencia (70% de asistencia) y un determinado puntaje (mínimo 65 puntos).
- La duración máxima de cada curso es de 10 horas.
- En cuanto a las materias a estudiarse por los universitarios, se ha decidido reforzar sus conocimientos sobre turismo y a la vez incluir materias sobre agropecuaria pero a manera introductoria, es decir, sin pretender formar ingenieros en el tema, simplemente se busca que el profesional que se interese por este tema tenga conocimientos básicos con los cuales podrá trabajar en creación, planeación y ejecución de paquetes y programas turísticos.

Según los resultados de la investigación realizada, se considera importante dictar materias en las cuales se refuerce el conocimiento (empírico o adquirido mediante estudios) actual de los colaboradores y personas interesadas en desarrollar este tipo de actividad, las materias que se dictan está dirigidas a aprender acerca del turismo y agropecuaria pero aplicadas la una a la otra.

En el desarrollo de las materias a revisarse, se ha incluido las materias de la siguiente forma:

- *Materias sobre turismo*
- *Materias sobre urbanidad y etiqueta*
- *Materias introductorias a agropecuaria (solo para estudiantes universitarios).*

A continuación encontrará un detalle de las materias, divididas según el nivel o grupo al que será dirigido, el contenido de las materias es el mismo, la diferencia radica en el énfasis que se dará a cada curso según las necesidades y características que cada grupo presente.

Junto con cada detalle de materias encontrará el esquema gráfico del desarrollo de las materias, para poder observar el orden con el que se llevará cada curso.

Cabe recalcar que si los participantes se encuentran interesados en revisar mas a fondo algún tópico se lo podrá planificar para futuros seminarios.

- **Seminarios para dueños de fincas:**

Debido al poco tiempo libre que tienen los dueños de fincas para asistir a cursos se prefiere manejar su capacitación como SEMINARIOS - TALLERES, es decir, teóricos- prácticos que no implique una utilización de tiempo en demasía de manera que sean atractivos para los asistentes. Como ya se especificó anteriormente cada seminario tendrá una duración máxima de 5 horas; completando un total de 20 horas al finalizar todos los seminarios programados.

- Cursos para administradores y obreros

Para este grupo, se ha decidido que les convendría tomar cursos específicos de acuerdo a la actividad que más ejercen. Para los obreros se ha creado un plan de tres materias, completando un total de 30 horas máximo. Para los administradores se ha creado un programa de 4 materias; completando un total de 40 horas máximo

- Cursos para universitarios

De acuerdo al pénsum que ofrecen las universidades, se podrían implementar a las materias que se dictan, los tópicos necesarios para que dentro de su estudio incluyan conocimientos sobre desarrollo agropecuario al nivel general. Para esto es necesario una conversación profunda con los representantes de las universidades y estudiantiles para adaptar nuestras sugerencias a la realidad actual y así llenar los posibles vacíos que se presenten al desarrollar los seminarios.

Se sugiere que se cree la especialización de “AGROTURISMO” en la cual se complementen los estudios básicos que se dictaron en el transcurso de la carrera con una introducción de estudios al nivel agropecuario. Más adelante se detallará el pénsum que se pondría a discusión.

Si se presenta el caso de una excesiva demanda o interés en esta aplicación se podría complementar aún más los conocimientos aprendidos en la universidad con una maestría o post-grado, que obviamente sea impartido por especialistas en las materias a ser estudiadas. El pensum del post-grado se analizará de acuerdo a las necesidades

que se presenten en el momento de ser solicitado, el nivel de conocimientos de los participantes y las materias que se han desarrollado en esta tesis.

A continuación se encontrará un listado de las materias con sus respectivas descripciones y el esquema del p \acute nsum para cada grupo meta (detallado anteriormente); y en los anexos adjuntos encontrar \acute a con m \acute s detalle la respectiva explicaci \acute on de los cursos.

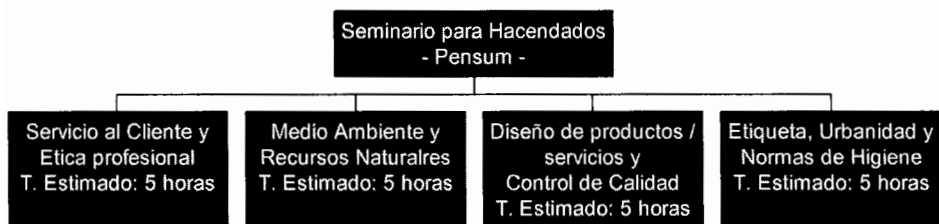
LISTADO GENERAL DE MATERIAS

1. ETIQUETA, URBANIDAD Y PRIMEROS AUXILIOS.
2. GUIANZA TURÍSTICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE
3. NUEVAS TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA
4. ETIQUETA, URBANIDAD Y NORMAS DE HIGIENE
5. CALIDAD DE SERVICIOS – CONTROL DE CALIDAD
6. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
7. DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
8. ÉTICA PROFESIONAL Y SERVICIOS AL CLIENTE
9. MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES
10. DISEÑO DE PRODUCTOS / SERVICIOS Y CONTROL DE CALIDAD.
11. NORMAS DE HIGIENE
12. CONCEPTO BÁSICOS AGROPECUARIOS
13. FITOMEJORAMIENTO
14. CITOLOGÍA E HISTOLOGÍA VEGETAL Y ANIMAL.
15. PRIMEROS AUXILIOS

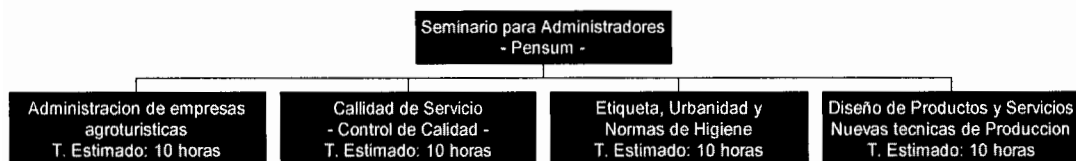
16. AGRO ECOLOGÍA
17. FUNDAMENTOS AGROINDUSTRIALES
18. BIOTECNOLOGÍA AGROPECUARIA
19. INTRODUCCIÓN A LA LEGISLACIÓN
20. ÉTICA PROFESIONAL
21. ARQUITECTURA AGROTURÍSTICA.

Seminarios para Hacendados

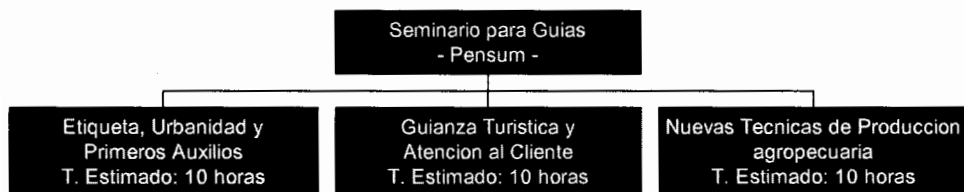
Tiempo total estimado: 20 horas



Tiempo total estimado: 40 horas



Seminarios para Obreros/Guías



Tiempo total estimado: 30 horas

Pénsum para especialización en Universidades



Revisar anexos:

[ANEXO Administradores.doc](#)

[ANEXO Hacendados.doc](#)

[ANEXO Obreros.doc](#)

[ANEXO Universitarios.doc](#)

Junto con el desarrollo de cada etapa del curso se complementa la enseñanza con la entrega a cada participante de manuales en los que se desarrollan los contenidos anteriormente señalados en cada programa.

Es importante indicar que se buscará dictar charlas o cursos uniendo los grupos, pero solo cuando la materia así lo permita, para así lograr una interacción entre todos los participantes (hacendados con administradores, o administradores con obreros, etc.)

SEDE DEL PROGRAMA DE AGROTURISMO

Se aconseja que se aproveche las instalaciones de las universidades interesadas en impartir este tipo de educación, ya que poseen la infraestructura y estructura necesaria para poder brindar las facilidades y comodidades a los participantes como a docentes.

Para que la enseñanza sea completa e interesante es recomendable tener los siguientes equipos para dictar las charlas, además para realizar actividades de mercadeo turístico (exposiciones) y eventos de divulgación tecnológica.

Equipos

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| - 5 Computadores, con impresora | - 2 Teléfonos |
| - 1 Estufa eléctrica | - 1 Nevera y 1 Cafetera |
| - 1 Televisor de 19" | - 1 Video Casetera (V.H.S.) |
| - 2 Extintores | - 1 Proyector de Acetatos |

- 1 Proyector de Opacos
- 1 Data show
- 5 Máquinas de escribir eléctricas (aula mecanografía)

Muebles y enseres

- 3 Mesas redondas y / o rectangulares para juntas
- 30 sillas
- 30 Asientos tipo universitarios
- 2 Mesas para proyección
- 1 Biblioteca

COSTOS APROXIMADOS DE LOS CURSOS

A continuación se presenta valores aproximados de los seminarios, ya que con los datos obtenidos al momento de hacer una encuesta entre los posibles profesores de los diversos cursos se ha promediado los resultados.

El promedio de los honorarios de un profesor es de \$30 por hora, valor que será dividido entre los asistentes a cada seminario; además se está incluyendo \$30 por movilización si es que las charlas se dictasen fuera de Guayaquil.

El valor de los materiales que se utilizarían (carpeta + bloc de notas + bolígrafo + material explicativo de cada materia) es de aproximadamente \$7 por seminario.

Si se logra conseguir el respaldo de alguna Universidad que esté establecida en la zona y que preste todas las facilidades para poder desarrollar los cursos (descritas anteriormente) se podría eliminar el costo correspondiente a local.

No se está considerando el costo para los estudiantes universitarios ya que esto sería parte de su formación académica y depende exclusivamente de las políticas internas de la Universidad.

SEMINARIOS	GUIAS/OBREROS	ADMINISTRADORES	HACENDADOS
Profesor	\$930.00	\$1,230.00	\$630.00
Cantidad mínima de asistentes	20	15	15
Materiales por asistente	\$7.00	\$7.00	\$7.00
Alquiler de Local (incluyendo ayuda audio-visual)	\$900.00	\$1200.00	\$600.00
Gastos administrativos de empresa organizadora	\$40	\$40	\$40
Total por Seminario	\$2010.00	\$2,575.00	\$1,375.00
Total por Asistente	\$100.50	\$171.67	\$91.67

CAPÍTULO 3.- PLAN PILOTO TOMANDO COMO APOYO EL
PROYECTO SANTA ELENA - CEDEGE.

3.1 Potenciales sitios para el desarrollo del agroturismo.

El siguiente mapa muestra el detalle del recorrido que tiene la Ruta del Sol y facilita la ubicación de los potenciales sitios para desarrollo del agroturismo.



Mapa VI. Mapa vial - Ruta del Sol

Como ya se ha mencionado antes, el presente proyecto será aplicado a la península de Santa Elena incluyendo las zonas aledañas a los canales de distribución de agua, proyecto auspiciado y monitoreado por CEDEGE. Este proyecto abarca la zona

desde Chongón hasta Playas y Salinas, incluyendo las poblaciones que se encuentran en el camino (ver mapa adjunto), sector en el cual, al instalarse las redes para distribución de agua, se ha fomentado la producción agrícola, actividad monitoreada por ingenieros agrónomos de Cedegé, que conocen sobre la materia y además son quienes ejercen los controles necesarios para la prevención de plagas en las plantaciones y así poder garantizar la calidad de la producción.

De acuerdo a las condiciones básicas que debe reunir un predio agropecuario para formar parte de esta empresa (tratado en el capítulo anterior), se puede decir que los puntos de atracción para poder ser potenciales sitios turísticos deben reunir ciertos atributos, es por esto que para poder definirlos se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros:

1. Cercanía a centros poblados.
2. Estado de infraestructura básica (agua potable y aguas servidas).
3. Estado de infraestructura básica (luz).
4. Facilidad para comunicaciones: telefonía clásica, celular e internet.
5. Cercanía de centro médicos.
6. Calidad paisajística.
7. Seguridad.
8. Comodidades para cliente (estructura).
9. Limpieza de lugares circundantes.
10. Formas de producción innovadoras y productos no tradicionales.

Después de haber realizado los análisis de campo se ha llegado a la conclusión que los potenciales sitios se detallan a continuación.

POTENCIALES SITIOS

1. Parque Lago; a 5 minutos del peaje.
2. Club Privado "La Costa", a 15 minutos del peaje.
3. Agrocomercial Río Daular, a 20 minutos del peaje.
4. Agroficial.
5. Recinto Cerecita; cuenta con la presencia de la policía nacional y una sucursal de Pacifictel.
6. Finca La Gloria.
7. Finca Teresita, a 50 minutos de Guayaquil. Finca remodelada especialmente para recibir turistas interesados en cambiar de ambiente después de una larga jornada de trabajo, allí podrá deleitarse de comida típica costeña y admirar a una de las especies de reptiles más temidos por el hombre: los cocodrilos.
8. Progreso. Población ubicada en la mitad del camino hacia Salinas o Playas, indica la desviación hacia su destino.
9. Zapotal; km 92; a 1h45 del peaje, cuenta con un subcentro de salud, policía nacional y Pacifictel. Muy conocido por su plato gastronómico hechos con carne de chivo.

10. Comuna Atahualpa. Pueblo pintoresco muy conocido por que sus habitantes son especialistas en realizar trabajos en madera de muy buena calidad.
11. Baños de San Vicente, a 1h55 de Guayaquil. Muy conocido por ser baños de aguas termales medicinales.
12. Santa Elena, a 2 horas de Guayaquil, Km. 120.
13. La Libertad.
14. Salinas.

Otros Sitios que son dignos de visitarse dentro de las poblaciones son:

1. Museo de Real Alto en Chanduy.
2. Museo Amantes de Sumpa en Santa Elena.
3. Museo y Acuario de Valdivia, recomendable si se mantiene una buena limpieza en el lugar.
4. Museo Salinas siglo XXI.
5. Galería Náutica Farallón Dillon (foto 12).



Foto 12. Farallón Dillon

6. Parque Ecológico de Santa Elena.

Revisar Potenciales sitios

Es muy importante recalcar que al momento no existen proyectos parecidos a lo propuesto en esta tesis motivo por el cual son muy pocas las fincas nombradas y todavía no cumplen con todos los requisitos propuestos.

Al momento los lugares más recomendables son los que se encuentran próximos a la carretera principal Guayaquil-Salinas, y los hoteles de las playas; ya que los caminos a poblaciones del interior del campo son de difícil accesibilidad y su situación empeora con la presencia del invierno que a su vez atrae a insectos y enfermedades tropicales que sin un buen plan de acción ocasionarían perjuicios a los turistas que visiten los destinos de su recorrido. Otro detalle a tener en cuenta es que debido al plan de mantenimiento de la carretera Guayaquil – Salinas, se puede contar con estaciones de servicios durante la mayor parte del trayecto en donde podrá acceder a los siguientes servicios: gasolineras, mini markets, baños, cajeros automáticos.

En el anexo "*Potenciales Sitios*" encontrará un cuadro de análisis de los lugares propuestos como Potenciales Sitios en el cual se compara los distintos sitios de acuerdo al cumplimiento de los parámetros considerados para realizar actividades agroturísticas. La calificación va del 1 al 10 considerando al 1 como "Pésimo estado" y al 10 como "Excelente estado"; además se ha incorporado la opción de "No Aplica" en ciertos casos que el destino propuesto no cumpla con ese requisito debido a la naturaleza de su actividad.

De acuerdo con los análisis realizados, los destinos detallados anteriormente son los que cumplen con un puntaje del 60% o más; ya que al completar este valor se demuestra que cumple por lo menos con los requisitos básicos para poder desarrollar actividades agroturísticas garantizándole al visitante seguridad y recreación.

Dentro del cuadro de análisis, se han incluido las columnas “Puntaje Total” y “Porcentaje”, en la primera encontrará el resultado de la suma de los valores de todos parámetros calificados dando un total de 100 o 90 puntos dependiendo si aplica o no todos los parámetros. En la columna de “Porcentaje” se ha calculado el valor porcentual correspondiente dependiendo de la cantidad de requisitos que apliquen; para el caso de poblaciones solo aplican 9 parámetros y para el caso de fincas aplican los 10 parámetros propuestos.

A continuación encontrará los parámetros calificados y una breve descripción de cada uno, para tener en claro el objetivo que se persigue:

1. **Cercanía a centros poblados.** En este parámetro se calificará la cercanía del destino propuesto con la población más cercana que cuente con servicios como: Comisión de tránsito, Policía nacional, Pacifictel, Subcentro de salud, etc.
2. **Estado de infraestructura básica (agua potable y aguas servidas).** Se calificará si el destino propuesto cuenta con red de agua potable o se abastece

con tanqueros y si cuenta con buen estados de los pozos sépticos o se sirve de algún otra forma de desecho.

3. **Estado de infraestructura básica (luz).** Se calificará si el destino cuenta con el servicio de energía eléctrica o utiliza alguna otra fuente de energía.
4. **Facilidad para comunicaciones: telefonía clásica, celular e internet.** Se calificará si el destino propuesto tiene cabinas o facilidades para realizar llamadas telefónicas desde y hacia teléfonos comerciales, celulares y si cuenta con conexión a internet. Hay que tener en cuenta que poblaciones grandes como Playas y Salinas cuentan con Internet, debido a su nivel social y económico.
5. **Cercanía de centro médicos.** La puntuación variará de acuerdo a la cercanía del destino propuesto con el centro de salud o médico más cercano.
6. **Calidad paisajística.** La puntuación variará si el paisaje circundante ayuda con la promoción del lugar o no.
7. **Seguridad.** La calificación variará de acuerdo al nivel de seguridad que ofrezca el lugar al visitante.

8. **Comodidades para cliente (estructura).** Se tendrá en cuenta si el destino cuenta con parqueo propio o adecuación de parqueo fuera del destino, si cuenta con lugares para comer (bar, restaurantes), si cuenta con facilidades para realizar alguna actividad recreativa aparte de su “producto” principal.
9. **Limpieza de lugares circundantes.** Contará mucho al momento de calificar si el destino seleccionado muestra limpieza tanto dentro como en sus alrededores.
10. **Formas de producción innovadoras y productos no tradicionales.** Aplica únicamente a las fincas, se calificará si la finca tiene productos no tradicionales y/o la forma de producir es innovadora, por ejemplo si aplica alguna técnica para producir sin afectar negativamente al medio ambiente.

3.2 Análisis de los caracteres (bondades de fomento agro turístico) propios de una región (a la que se va a aplicar) al nivel local; para luego ser aplicada al nivel nacional.

Uno de los productos que se vende en este tipo de turismo es la oportunidad de establecer contacto con la naturaleza junto a espacios de relajación y cambio de rutina, pero principalmente se busca reactivar económicamente al sector agropecuario, mediante el apoyo a las actividades agropecuarias del sector, que por el

momento no se le presta la debida atención a pesar que nuestro país es netamente agricultor y ganadero.

De acuerdo con esto, el lugar a realizar la actividad debe tener excelente calidad paisajística además que no debe estar muy cercana a grandes ciudades o lugares con un alto grado de contaminación por ruido; debe ser un lugar que se encuentre muy bien cuidado, es decir, con muy bajo nivel de cualquier tipo de contaminación; debido a la ubicación de la finca es necesario que dentro del lugar se ofrezca todas las seguridades del caso como por ejemplo: asistencia médica o al menos primeros auxilios, facilidad en comunicaciones (telefónica, Internet, etc.) Es decir que cumple con los requisitos detallados en el subtítulo anterior.

3.3 Marco jurídico: buscar puntos afines. Deben de ser semi-específicos de acuerdo a las necesidades de cada lugar a aplicar, legislación, jurisdicción, competencia (responsabilidad; a quien le compete), etc.

De acuerdo con la forma en que se aplican las leyes en nuestro país, se ha considerado analizar las que a nuestro parecer son las que tendrían una influencia directa.

La Ley Especial de Desarrollo Turístico orienta a apoyar el correcto desarrollo socioeconómico y turístico del País, para lo cual crea organismos encargados de supervisar, formular, dirigir y normar la política nacional del turismo.

Entre los objetivos están:

- A. *“ Otorgar incentivos y beneficios, a fin de promover el desarrollo turístico y establecer mecanismos idóneos de coordinación entre los sectores público y privado, para lograr la utilización racional de los recursos turísticos y promoción del País como destino turístico;*

- B. *Contribuir a la descentralización de la actividad turística y al desarrollo de nuevas áreas o zonas turísticas, al mismo tiempo que se prohíbe toda forma de monopolio en la prestación de servicios turísticos; y,*

- C. *Construir en obligación de los organismos de los sectores público y privado, prestar su colaboración en la ejecución de los programas, proyectos, obras y actividades que contribuyan al cumplimiento de los propósitos previstos en esta Ley.”*

Además está ley obligada a planificar, impulsar y ejecutar la infraestructura pública básica necesaria en y hacia los lugares de interés turístico.

La presente Ley tiene dentro de su concepto de *ACTIVIDADES TURÍSTICAS*, varias actividades entre las cuales se puede destacar: todo tipo de alojamiento tanto hotelero como extra-hotelero incluyendo campamentos de turismo y camping; además de las

relacionadas con la recreación natural, autóctona de las comunidades indígenas, establecimientos de esparcimiento y de uso del tiempo libre como montañismo, equitación, turismo de aventura, y ecoturismo.

Según la Ley el máximo órgano rector del turismo es el Ministerio de Turismo, quien tiene sus atribuciones detalladas en el artículo 6 y de las cuales se destaca las siguientes:

- c. *“ Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información de áreas naturales;*

- d. *Declarar a esas áreas como de interés turístico nacional, con el fin de darles la infraestructura básica necesaria para promover y fomentar el aprovechamiento racional de las mismas, coordinando con instituciones públicas y privadas, su conservación y mantenimiento;*

- e. *Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social, y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas, incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.*

- f. *Coordinar con instituciones educativas, públicas y privadas, su organización y funcionamiento para una mejor formación y capacitación de personal para servicios turísticos.*

- g. *Apoyar a las instituciones seccionales en la protección y mantenimiento de los recursos turísticos, así como para el cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley y sus reglamentos.*

- h. *Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;*

- i. *Elaborar y aprobar los planes de promoción turística nacional e internacional...*”

El Ministerio tiene la facultad de dictar normas generales a organismos públicos, las cuales deben ser incluidas en las ordenanzas y resoluciones sobre la construcción de obras y servicios turísticos o en zonas de interés turístico. Así también es obligatorio cumplir las normas de operación impuestas a los servicios y actividades turísticas y conexas.

Por último la presente Ley indica en el *Título VI* sobre las *Disposiciones Transitorias*, *SEXTA* disposición que mientras no se encuentre establecido las áreas y polos de interés turístico, se considera todo el territorio nacional como de interés turístico.

Revisando lo que dicta el *Reglamento General* de la Ley Especial de Turismo, para la aplicación de esta Ley, se puede extraer cierta información aplicable al presente proyecto.

El reglamento ordena a CETUR elaborar y actualizar el *Inventario Turístico Nacional*, además de regular su manejo y utilización.

En cuanto a “Actividades Turísticas”, las divide según la actividad que realice en:

- Alojamiento;
- Alimentación;
- Esparcimiento;
- Agencias de viajes y operadoras;
- juegos de azar;
- transporte; y ,
- Promoción y publicidad turística.

De las cuales se puede destacar de las actividades de hospedaje con o sin servicios complementarios en la clasificación de hoteleros:

- Hosterías
- Cabañas
- Paradores

- Hostales

De las actividades de alimentación, con o sin otros **servicios complementarios**:

- Restaurantes
- Cafeterías

De las actividades de recreación, diversión, esparcimiento o reuniones, con o sin otros **servicios complementarios**:

- Centros de convenciones
- Centros de recreación turística

En cuanto a los “Beneficios de Ley”, el Reglamento indica que únicamente las empresas cuya meta principal es la realización de actividades turísticas que apoyen al desarrollo económico y social del país, podrán acogerse a los beneficios de la Ley.

En lo que respecta a “Capacitación y Formación Turística”, el Reglamento ordena que todo curso que se dicte debe ser previamente aprobado, en conjunto con el Ministerio de Educación y Cultura autorizan el funcionamiento de centros de formación y promoción turística que no estén sujetos a las normas de la Ley de Universidades y Escuelas Politécnicas, y aprobarán los planes de estudio.

La Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario busca alcanzar ciertas metas de las cuales se puede mencionar la de estimulación y protección de la actividad agropecuaria buscando incrementar la inversión en el sector, optimizar los recursos, facilitar la re-inversión, además fomenta la distribución de los ingresos de forma equitativa utilizando técnicas eficientes en el aprovechamiento de la tierra y así incorporar a la sociedad y economía al agricultor; entre otras.

El ente rector es el Ministerio de Agricultura y Ganadería; entre las funciones asignadas al Ministerio y organismos adscritos y vinculados, están las de ampliar *“las oportunidades de promoción social y económica y constituya un verdadero estímulo para remediar insuficiencias en la producción agropecuaria.”*

Esta ley está dirigida a personas naturales o jurídicas cuyo objetivo sea el de la producción agropecuaria o prestación de servicios de este tipo de actividad.

El ente encargado de ejecutar las políticas de investigación agropecuarias dictadas por el Ministerio será el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INDA), quien cuidará básicamente que se produzcan alimentos de alto contenido nutritivo, entre otras.

Las investigaciones buscarán aumentar la productividad tanto de recursos humanos como naturales usando tecnología de fácil difusión y aplicación.

Una de las facilidades para la inversión es la que tiene que ver con las excepciones de pago de ciertos impuestos en la importación de implementos indispensables para trabajos de investigación mediante convenios con el Ministerio, INDA o alguna institución dedicada a este tipo de investigación.

Además en esta Ley el Ministerio busca implementar medidas con las cuales se garantice el uso racional del suelo bajo las consideraciones de personas especializadas en este campo, las cuales deben ser adoptadas por cuantos realicen actividades agrícolas, pecuarias, forestales u obras de infraestructura. ➤

Otro objetivo de la presente Ley junto con el Ministerio de Educación, es incluir en los planes de estudio cursos sobre conocimiento, manejo y conservación de los recursos naturales renovables; para complementar esta actividad el Ministerio de Agricultura y Ganadería apoyará a la capacitación de las comunidades mediante seminarios, certámenes, campañas de educación popular, etc. Estos cursos de capacitación son considerados dentro de los planes de desarrollo socio-económico del país.

Esta Ley busca preservar la salud y bienestar de animales y plantas, por lo que obliga a cada productor a hacer responsable de su producción y además a participar en campañas de sanidad emprendidas por el gobierno.

Así también la presente Ley indica que el Gobierno Nacional tiene la obligación de promover las empresas agropecuarias, en la elaboración, ejecución y evaluación de programas y proyectos relacionados con la actividad que realice el productor.

Otro beneficio de la Ley es la creación de un servicio permanente de asesoría legal, contable y técnica con el fin de fomentar el desarrollo de la empresa.

La Ley impone ciertas deducciones por inversiones y reinversiones en el pago del impuesto a la renta, para lo cual las personas naturales o jurídicas deben de llevar la contabilidad de la finca.

El Estado garantiza la protección de los predios rústicos de invasiones utilizando incluso la fuerza pública, quienes al recibir la denuncia deberán proceder con la verificación dentro de 24 horas y disponer del desalojo inmediato de los invasores.

Un **punto en contra** de la Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario, sería el de que el Estado le dará prioridad a las personas jurídicas de pequeños productores que estén formadas legalmente (comunidades, asociaciones, organismos, etc.) con la colaboración de mano de obra familiar o asociativa, antes que a las personas naturales.

Ley Forestal

Una de nuestras metas es la conservación del medio ambiente; es decir, promocionar el turismo sustentable, como ya se lo ha nombrado antes. Por esto es importante revisar las leyes que busquen mejorar la calidad ambiental y preservar el medio circundante, ya que el desarrollo de la actividad que se propone tendría una influencia directa con el medio ambiente circundante; es por esto que se destacan las siguientes observaciones:

- En las disposiciones relativas a la protección de bosques y manglares, artículo 22 que trata sobre la participación comunitaria y organizaciones gubernamentales en el cuidado de los bosques, indica que todo tipo de organización que se encuentre vinculada con la explotación de recursos naturales renovables podrá participar en el control de la deforestación, aprovechamiento, movilización y comercialización de los productos forestales, flora y fauna silvestre, siempre y cuando se rijan a los lineamientos dictados por el INEFAN mediante convenios firmados entre este organismo y las organizaciones involucradas.

- En las Políticas Ambientales del Ecuador, numeral 17, se indica que como todas las actividades productivas producen un grado considerable de contaminación, se pondrá atención a ciertas actividades entre las cuales están:

- La producción agrícola con alta tecnología (uso de fertilizantes, pesticidas y químicos, en general);

- Industrias generadoras de emanaciones contaminantes y de emanaciones que afectan a cambios climáticos y a la capa de ozono;

- Sector transporte de servicio público y privado.

3.4 Ejemplo práctico: Formulación de paquetes turísticos.

A continuación se detallan tres ejemplos de paquetes turísticos realizables en este momento con sus debidas tablas de precios y un ejemplo práctico de lo que se propone en esta tesis.

Se ha considerado grupos de entre 15 y 20 pasajeros máximo para poder obtener buenos resultados al nivel de calidad del servicio que se pretende brindar.

Plan : “Fincas y Playa”

Itinerario y costos

Ruta: Guayaquil - Salinas - Guayaquil

Duración del Tour: 1 día

Lugares a Visitar:

- Finca de cría de avestruces
- Finca de cría de lagartos
- Finca de espárragos de la ESPOL
- Llegada a Salinas
- Almuerzo
- Visita a Museo Salinas
- Tiempo libre en la playa
- Regreso a Guayaquil



Desde:
\$65* P.P.

* No incluye impuestos (22% por servicios e IVA)

Plan 2: "Fincas y Playa - Especial"**Itinerario y costos**

Ruta: Guayaquil - Playas - Salinas - Guayaquil

Duración del Tour: 2 días

Lugares a Visitar:

Finca de cría de avestruces

- Finca de cría de lagartos
- Paradero Old West
- Almuerzo
- Vía a Playas
- Visita a Museo Amantes de Sumpa
- Visita al Morro
- Llegada a lugar de hospedaje
- Tiempo libre

Desde:
\$83*
P.P.

- Fin del primer día

Segundo día

- Desayuno
- Visista a Museo de Real Alto
- Visita a Atahualpa
- Llegada a Salinas y Almuerzo
- Tiempo libre para esparcimiento
- Regreso a Guayaquil

** No incluye impuestos (22% por servicios e IVA)*

Plan 3: "Conociendo la Península"**Itinerario y costos**

Ruta: Guayaquil - Salinas Guayaquil

Duración del Tour: 2 días

Lugares a Visitar:**Primer Día**

- Finca de cría de avestruces
- Finca Santa Teresita
- Almuerzo
- Visita a Atahualpa
- Baños de San Vicente
- Llegada a Salinas y lugar de hospedaje
- Tiempo libre en la playa

Desde:
\$71*
P.P.

Segundo día

- Desayuno
- Visita a Museo Salinas Siglo XXI
- Ruta del Sol con paradas en:
 - Galería Nautica Farallón Dillon
 - Museo y Acuario de Valdivia
 - Iglesia de Colonche
 - Santuario de Clon
- Almuerzo
- Regreso a Guayaquil

** No incluye impuestos (22% por servicios e IVA)*

Ejemplo Práctico

Desde:
\$145*
P.P.

1er. Día- Salida de Guayaquil

- Visita a "Agrofinca"

- Visita a "Finca Las Salinas"

- Almuerzo en Paradero Turístico "El Tren"

- Alojamiento en finca del sector

- Visita a finca

- Tarde y noche libre para disfrutar de la finca

- Cena

2do. Día

- Desayuno con alimentos propios de la finca

- Viaje a Salinas

- Visita a Museo Salinas Siglo XXI

- Tiempo libre para esparcimiento y almuerzo

- Visita a Comuna Atahualpa

- Regreso a Guayaquil

No incluye entrada a sitios visitados, ni bebidas alcohólicas

Tarifa para grupos máximo de 10 personas

* No incluye impuestos (22% por servicios e IVA)

Ver Anexo de costo de tours

Mercadeo y ventas a través de agencias con atractivos naturales propios de cada región.

Para poder vender nuestro producto, se lo ofrecerá de dos maneras diferentes:

- a. A escala nacional en agencias de viajes y operadoras turísticas nacionales, para así aumentar la diversidad de paquetes turísticos a nivel costa; presentarlo como nueva alternativa.
- b. Vía Internet, aprovechando la existencia de portales ecuatorianos, publicar el paquete, en el ámbito internacional.

Para todo esto se ha detallado un modelo aplicable como plan de marketing, el cual se detalla a continuación. ➔

PLAN DE MARKETING

En todas las fases del proyecto se mantiene una estrecha relación con las familias participantes y los organizadores del agroturismo, es por eso que se deben realizar visitas periódicas para observar que se cumplan las metas propuestas en cuanto a capacitación, implementación de mejoras en las viviendas, entre otras.

Se considera importante establecer ciertas pautas para el desarrollo de este plan, el cual se ha elaborado con dos fines:

Sustentar la información de base acerca del entorno y recursos turísticos disponibles.

Constituir un instrumento útil para la gestión y promoción del nuevo producto/servicio turístico.

Estas pautas se las puede organizar en cuatro grandes apartados.

1.- *Caracterización del entorno.* En el mismo se hace un recorrido por el sector registrando la especificidad de sus comunas, sus atractivos turísticos, naturales, arquitectónicos, artesanales y de ocio.

2.- *Análisis de la oferta y la demanda turística en la zona.* A pesar de la inexistencia de una oferta agroturística y de la oferta informal que se podría generar es importante manejar la información de la oferta de alojamientos existentes. Igualmente considerar el perfil de la demanda actual para así precisar el grupo meta del proyecto y la campaña. Con el objeto de llegar al mercado meta, se debería realizar en diferentes puntos una entrevista entre los turistas que se encuentren.

3.- *Plan de marketing local.* El cual será elaborado por una compañía turística buscando siempre el mejor diseño/precio/servicio para cada finca, este plan local sustenta el plan de Marketing global, incidiendo en la realidad concreta, en la vivienda, familia y servicios, en la política de precios, en la promoción, comunicación y distribución en su entorno más cercano.

4.- *Elaboración del plan de marketing Operacional (para cada finca).* Supone el diseño de un Marketing en acción basado en cuatro variables (producto, precio, comunicación / promoción, distribución) controlables directamente y en su totalidad por la empresa turística. La elaboración del plan de marketing de agroturismo recoge las líneas maestras de los planes de marketing que individualizados se irán desarrollando por los diferentes hacendados participantes.

EJEMPLO:**FICHA PARA CONTROL DEL PLAN DE MARKETING:**

FINCA: -Nombre de la finca-
LUGAR: -Nombre de la población-
PROPIETARIO: -Nombre de los dueños de la finca

ÍNDICE

- 1° OBJETO.
- 2° PROMOTORES.
- 3° ANALISIS DE LA ACTIVIDAD Y SU ENTORNO:
 - 3.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.
 - 3.2 DESCRIPCION DEL ENTORNO
- 4°. ANÁLISIS DE MERCADO:
 - 4.1 OFERTA.
 - 4.2 DEMANDA.
- 5° RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS:
 - 5.1.RECURSOS MATERIALES. INVERSIONES.
 - 5.2.RECURSOS HUMANOS.
- 6° MARKETING:
 - 6.1.POLÍTICA DE PRODUCTO SERVICIO.
 - 6.2.POLÍTICA DE PRECIOS.
 - 6.3.COMUNICACION.
 - 6.4.DISTRIBUCION.

En ANEXO Plan de Marketing se detalla cada punto.

3.5 Planes a largo plazo: Convenios internacionales

En vista de que nuestro objetivo es promover el desarrollo turístico para poder proponer a la península de Santa Elena como un sitio de atracción turística a nivel mundial, implementando una excelente calidad de servicio además del aprovechamiento de la calidad paisajística que de por sí tiene la zona, es que se ha decidido incluir este tema en nuestra tesis, ya que bien se puede entrar a competir a nivel internacional.

✦

A continuación encontrará un listado de los objetivos que se pretende alcanzar a largo plazo:

- Se debe aprovechar la experiencia que tienen otras empresas que se dedican a esta actividad desde hace mucho tiempo atrás, por lo que nuestra idea es la de tener una comunicación constante con este tipo de empresas tanto nacionales como extranjeras para considerar un intercambio permanente de personal con conocimientos técnicos en turismo, agricultura y agropecuaria; y así propiciar un intercambio mutuo de conocimientos.
- Otro punto a explotar, sería el aprovechamiento del nivel de aceptación y difusión que tiene el INTERNET, para publicitar por este medio nuestras fincas agroturísticas y así aumentar el nivel de conocimiento no solo en el ámbito nacional sino también mundial, sobre el desarrollo de esta actividad en

la península de Santa Elena y en el Ecuador; además de que sería un portal abierto para entablar relaciones con empresas que se dedican a esta actividad que conocen de técnicas y formas de mejoramiento de la producción como de comportamiento del turista, además que se lo podría tomar como ejemplo a seguir para aquellas personas o compañías que desean implementar este tipo de actividad.

- Creación de visitas con promociones especiales para los turistas que nos envíen las empresas con las que se tengan convenios, además que se podría proponer premios para el personal que labora en esa empresa, como por ejemplo comisiones o precios especiales por la venta de nuestro producto.
- Sería interesante también proponer la realización de programas especiales, buscando la manera de que se compre un determinado tiempo en la finca y tenga la oportunidad de conseguir precios especiales en fincas que ofrezcan un servicio parecido y con las cuales se haya acordado este tipo de negocio, iniciando con fincas nacionales y así disfrutar de los diversos tipos de climas y paisajes que tiene el Ecuador, para luego ir estableciendo este tipo de convenios con fincas y/o empresas en el extranjero y así ofrecer mejores propuestas a nuestros clientes, conservando siempre un estándar de calidad.

- Creación de una organización que se encargue de velar por el cumplimiento del compromiso adquirido al decidirse a formar parte de este proyecto. Esta Organización tendría los siguientes fines:

1. Fomentar el desarrollo de los productos agroturísticos (alojamiento y servicios), agrupados bajo la denominación de agroturismo.
2. Definición normalizada y clasificación de los productos existentes en la actualidad bajo la mencionada denominación, así como realización de estudios de investigación comercial para, en su caso, mejorar los ya existentes o/y crear nuevos productos de acuerdo con los gustos / necesidades de la clientela.
3. Controlar la calidad de los equipamientos y servicios ofrecidos por estos alojamientos y sus propietarios, a través de la colaboración en la elaboración de la normativa que se considere necesaria, y el obligado cumplimiento de ésta por parte de todos los asociados.
4. Incentivar la organización y cooperación entre los asociados, así como su formación y cualificación profesional.
5. Llevar a cabo actividades de gestión técnico-económica de los diferentes productos, con el fin de contribuir al logro de la máxima eficiencia en el ejercicio de la actividad.

6. Asegurar la promoción y la publicidad, así como la comercialización y distribución de los productos.
7. Defensa de los intereses de los asociados ante la Administración y ante la clientela.
8. Establecer acuerdos y convenios con todo tipo de interlocutores públicos o/y privados, de cara a conseguir los objetivos.
9. Promover el acercamiento de esta Asociación con las experiencias similares desarrolladas en otras regiones y países, con el objetivo de lograr una homologación de los respectivos productos y su comercialización conjunta.
10. Asimismo llevar a cabo cuantas acciones permitidas por la normativa vigente, se consideren necesarias para defender los intereses de toda índole de los asociados.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La idea de vivir en plena naturaleza, junto con quienes acompañan a ella el correr de las horas y los días, y de ella viven y se procuran el sustento; el hecho de compartir con agricultores y ganaderos sus experiencias al calor de la lumbre o en la intimidad de un escaño, y en un marco privilegiado donde todos los recursos naturales son objeto de un cuidado y protección especial; esta es la idea en la que se fundamenta el agroturismo.
- Para poder desarrollarlo se aconseja que cumplan ciertos requisitos básicos como: que se desarrolle en un edificio confortable, integrado en una explotación agraria

o cercana a una granja, que acercará al viajero a un nuevo e insospechado mundo; el día a día de la vida en el campo, con todas sus actividades agrarias y ganaderas, con su peculiar gastronomía, con sus productos caseros o biológicos y con las múltiples artesanías que de tales actividades se desprenden.

- Crear una infraestructura de alojamientos para turistas dentro de fincas participantes del proyecto y además ofrecer alimentación propia del lugar y la opción de realizar algún tipo de actividad complementaria, que podría ser deportes, actividades culturales, actividades educativas, entre otras.

- Se pretende adoptar como principios primar el criterio de selección y calidad sobre el de cantidad y el de pluralidad, y diversión sobre el de concentración geográfica, de tal manera que se marca como propósito fomentar el desarrollo del agroturismo y que así generen nuevas actividades de ocio y artesanales.

- La presente tesis ha demostrado que el agroturismo es factible en la península de Santa Elena no solo por el carácter acogedor de las familias o por el potencial de bellezas naturales existentes en el área de estudio, sino porque el agricultor podría diversificar su actividad, y está dispuesto a arriesgarse por encontrar nuevas opciones económicas complementarias, que le permitan revalorizar su identidad.

- El agroturismo es una alternativa interesante para el turismo interno, deseoso de conocer mejor su propio país y cultura, y la reacción del encuentro entre personas

con diferentes orígenes, actividades, cultura, etc. Es sumamente positiva para las dos partes, más allá de lo económico también en el plano sociocultural, para quien recibe y para quien es acogido.

- Se busca conseguir que diferentes instituciones gubernamentales y privadas, trabajen en un proyecto común por un objetivo común, que es el desarrollo del País mediante el apoyo del surgimiento de actividades turísticas.

RECOMENDACIONES:

A continuación encontrará recomendaciones que a nuestro punto de vista son las más urgentes a poner en práctica para poder empezar con nuestro objetivo. En cuanto a las recomendaciones que se hace para mejorar la zona, están basadas en un análisis realizado y así mejorar la situación actual de la zona.

- Para facilitar la ubicación de sitios de interés y desarrollo agroturístico, el sistema de identificación de lugares y de señalización de vías debe ser espléndido, además se debe de mejorar el estado de las vías alternas de acceso.
- Para poder tener mas afluencia de turistas a las fincas que se dedican al desarrollo del agroturismo, se debería aprovechar los avances en telecomunicaciones de manera que se pueda promocionar por este medio nuestras fincas agroturísticas; además de que sería un portal abierto para entablar relaciones con empresas que

se dedican a esta actividad que conocen de técnicas y formas de mejoramiento de la producción como de comportamiento del turista.

- Para poder tener un mayor control sobre la calidad del producto que se ofrece, se recomienda que esta actividad sea organizada, dirigida y controlada por una agencia u operadora de turismo que sea la encargada de transportar a los turistas de un destino a otro además debe ser responsable de la calidad del servicio que se ofrece.
- Una vez organizados los hacendados dispuestos a realizar esta actividad, sería conveniente analizar la posibilidad de la difusión de una radio-revista de educación a distancia, dirigida a un público objetivo, pero escuchada por un público reconocidamente más amplio. Entre este público se podrá llegar a otros sectores productivos y sociales involucrados en la actividad turística.
- Como medida de marketing se podría analizar la opción de promover ciertos tipos de "premios" a clientes frecuentes, es decir quienes se hayan hospedado anteriormente, gozarán de una atención especial. Dicha condición se acredita mediante la presentación de algún tipo de documento entregado por parte de los hacendados para comprobar sus estadías anteriores.

- A nivel general, sería bueno que como medida de Estado, el turismo receptivo debe promocionarse en el exterior, no solo en embajadas y consulados, sino también por parte de los ecuatorianos que viven o viajan fuera del país y para poder lograr esto es necesario que el servicio que se ofrece sea excelente.

ANEXOS

ANEXO 1: DATOS ESTADÍSTICOS

INGRESOS AÑOS 1999 - 2004

(En millones de US \$)

	1999	2000	2001	2003
Petroleo Crudo	1,194.22	2,144.01	1,722.30	2,372.30
Banano	952.66	820.69	827.00	1,099.30
Camarón	591.17	273.57	278.30	275.70
Turismo	343.00	402.00	430.00	406.40
Otros Elaborados - Prod. del Mar	254.30	224.77	269.40	392.50
Deriv. Petrl./Flores naturales (desde 2001)	167.37	298.39	211.80	295.20

Fuente: Banco Central del Ecuador - Información Estadística Mensual /Marzo 2004

Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación

INGRESO Y EGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO

AÑOS : 1998 - 2003

(millones de dólares)

Años	Ingresos/C réditos	Egresos/ Débitos	Utilidad/P érdida
1998	291	241	50
1999	343	271	72
2000	402	299	103
2001	430	340	90
2002	447.2	363.9	83.3
2003	406.4	354.4	52

Fuente : Información Estadística mensual Marzo/2004

Banco Central del Ecuador

LLEGADA DE EXTRANJEROS POR GRUPOS DE EDAD

	1998	1999	2000	2001	2002
Menores de 10 años	30570	30041	35159	35258	36028
De 10 a 19 años	37863	36649	49543	46951	46976
De 20 a 29 años	106404	107862	132116	135362	149360
De 30 a 39 años	118353	118879	143238	150616	162592
De 40 a 49 años	97898	98762	119763	124325	134492
De 50 a 59 años	70002	72116	86140	87781	91806
De 60 a mas años	49071	52735	59938	59935	61708
Sin especificacion	465	626	1193	333	0
	510626	517670	627090	640561	682962

Fuente : Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional -INEC-

1998- Estimaciones Ministerio de Turismo

LLEGADAS DE VISITANTES NO RESIDENTES SEGÚN CONTINENTE

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
AFRICA	980	1,054	1,507	1,588	2,107	1,823
AMERICAS	387,560	395,808	503,056	510,714	549,927	603,381
ASIA OR/PACI	14,195	13,681	18,633	15,863	17,493	20,358
EUROPA	107,845	107,124	103,893	112,390	113,435	134,075
REG.NO ESPEC	46	3	1	6	0	1

Fuente: Organizacion Mundial del Turismo (OMT)

MOVIMIENTO MIGRATORIO PAISES COMUNIDAD ANDINA - LLEGADAS

Area Andina	1998	1999	2000	2001	2002	2003
BOLIVIA	2,706	2,101	2,556	3,443	3,532	3,646
COLOMBIA	165,596	142,047	191,501	182,316	197,080	224,473
PERU	29,821	53,190	90,727	84,794	106,777	109,768
VENEZUELA	12,255	10,540	11,891	14,089	12,460	15,725
TOTAL	210,378	207,878	296,675	284,642	319,849	353,612

Fuente : Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional -INEC-

1998- Estimaciones Ministerio de Turismo

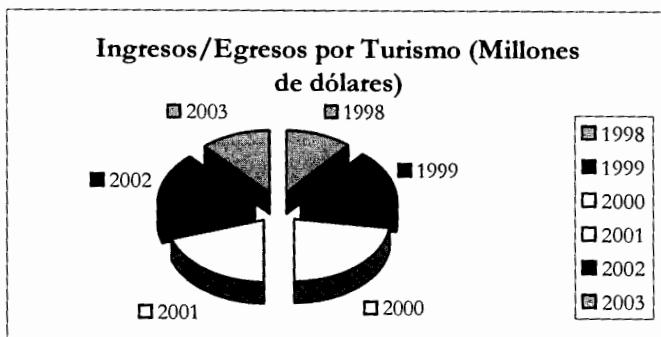
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
TOTAL	510,626	517,670	627,090	640,561	682,962	759,638

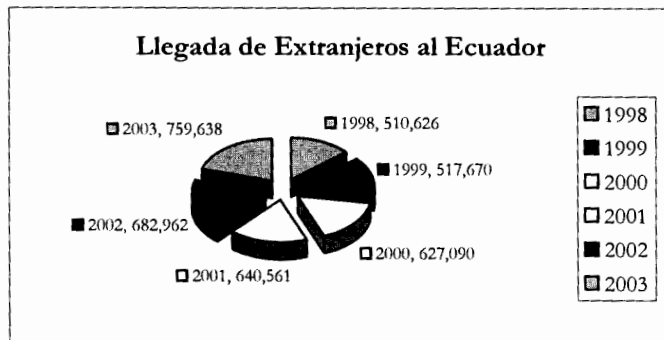
Fuente : Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional -INEC-

1998- Estimaciones Ministerio de Turismo

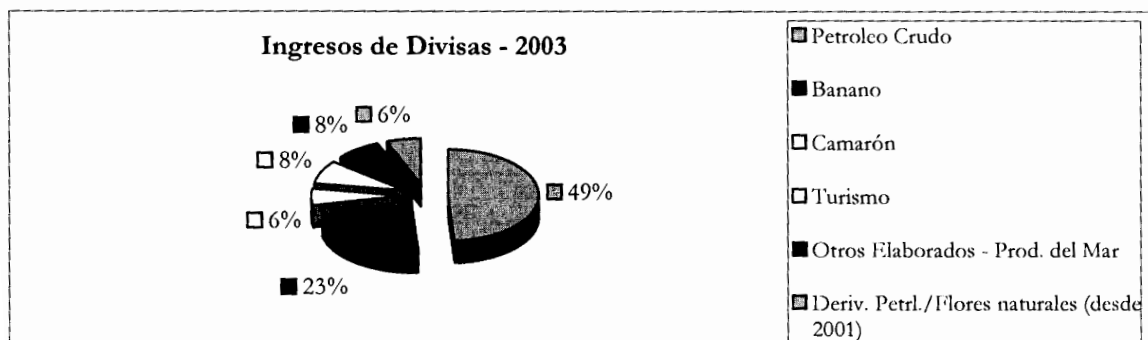
ESTADÍSTICAS: TURISMO



Fuente : Información Estadística mensual Marzo/2004
Banco Central del Ecuador



Fuente : Anuarios de Estadísticas de Migración Internacional -INEC-
1998- Estimaciones Ministerio de Turismo



Fuente: Banco Central del Ecuador - Información Estadística Mensual /Marzo 2004
Elaboración: Gerencia Nacional de Planificación

ECUADOR: Pib: Agricultura, caza, silvicultura, y pesca

(Miles de Dólares)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Cultivo de Banano, café, cacao	1,025,569	585,908	573,635	442,940	415,832	533,455	573,086
Cultivo de cereales	369,047	259,710	132,375	136,530	149,575	170,693	189,511
Cultivo de flores	162,830	191,629	215,148	220,998	262,277	280,265	271,293
Otros cultivos	375,289	358,731	236,331	211,089	216,670	247,716	269,143
Cría de animales	601,678	647,837	300,338	278,807	409,895	465,739	518,367
Silvicultura y extracción de madera	267,873	262,689	195,312	175,419	192,995	219,302	239,111
Pesca	935,506	901,715	300,043	226,862	243,488	276,864	298,165
TOTAL	3,737,792	3,208,219	1,953,182	1,692,645	1,890,732	2,194,030	2,358,676

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACION: PROYECTO SICA - MAG - Ecuador (www.sica.gov.ec)

ECUADOR: Pib: Agricultura, caza, silvicultura, y pesca

(Tasa de Participación)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Cultivo de Banano, café, cacao	27%	18%	29%	26%	22%	24%	24%
Cultivo de cereales	10%	8%	7%	8%	8%	8%	8%
Cultivo de flores	4%	6%	11%	13%	14%	13%	12%
Otros cultivos	10%	11%	12%	12%	11%	11%	11%
Cría de animales	16%	20%	15%	16%	22%	21%	22%
Silvicultura y extracción de madera	7%	8%	10%	10%	10%	10%	10%
Pesca	25%	28%	15%	13%	13%	13%	13%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR ELABORACION: PROYECTO SICA

ELABORACION: PROYECTO SICA - MAG - Ecuador (www.sica.gov.ec)

ECUADOR: Pib: Agricultura, caza, silvicultura, y pesca

(TASA DE CRECIMIENTO)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Cultivo de Banano, café, cacao		-43%	-2%	-23%	-6%	28%	7%
Cultivo de cereales		-30%	-49%	3%	10%	14%	11%
Cultivo de flores		18%	12%	3%	19%	7%	-3%
Otros cultivos		-4%	-34%	-11%	3%	14%	9%
Cría de animales		8%	-54%	-7%	47%	14%	1%
Silvicultura y extracción de madera		-2%	-26%	-10%	10%	14%	9%
Pesca		-4%	-67%	-24%	7%	14%	8%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR ELABORACION: PROYECTO SICA

ELABORACION: PROYECTO SICA - MAG - Ecuador (www.sica.gov.ec)

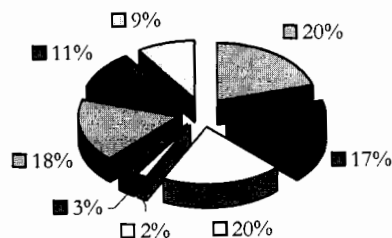
ECUADOR: Contribución Sector agropecuario a la Economía Nacional

(Porcentaje de Participación)							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	17.5%	17.6%	18.4%	18.4%	16.6%	16.8%	17.3%
Petróleo y minas	14.1%	14.0%	14.6%	14.6%	14.9%	14.8%	14.1%
Industria manufacturera	15.4%	15.5%	15.5%	15.5%	15.9%	15.9%	16.4%
Electricidad, gas y agua	1.4%	1.4%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.5%
Construcción	2.4%	2.4%	2.5%	2.5%	2.9%	3.2%	2.6%
Comercio y hoteles	15.1%	15.1%	14.4%	14.4%	15.0%	15.5%	14.9%
Transporte y Comunicación	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	9.0%
Servicios Financieros	7.6%	7.5%	8.4%	8.4%	8.1%	8.1%	7.9%

FUENTE: PROYECTO SICA -MAG

ELABORACION: IICA/2002

ECUADOR: Contribución Sector agropecuario a la Economía Nacional



- Agricultura, caza, silvicultura y pesca
- Petróleo y minas
- Industria manufacturera
- Electricidad, gas y agua
- Construcción
- Comercio y hoteles
- Transporte y Comunicación
- Servicios Financieros

ANEXO 2

Seminarios para dueños de fincas

Descripción de materias

Debido al poco tiempo libre que tiene los dueños de hacienda para asistir a cursos preferimos manejar su capacitación como SEMINARIOS - TALLERES, es decir, teóricos- prácticos que no implique una utilización de tiempo en demasía de manera que sean atractivos para los asistentes. Como ya se especificó anteriormente cada seminario tendrá una duración máxima de 5 horas; completando un total de 20 horas al finalizar todos los seminarios programados.

Como podrá observar en el esquema de la materia, hemos dividido los cursos en 4 seminarios – talleres. La duración máxima de cada seminario es de 5 horas.

Al final de cada seminario se entregará un certificado o diploma de haber concluido con éxito; éste documento se entregará a cada participante que cumpla con una cantidad determinada de horas de asistencia (70% de asistencia).

A continuación podrá observar una esquema detallado de los seminarios que se dictarán a nivel de dueños de haciendas.

Cabe recalcar que si se encuentran interesados en revisar más a fondo algún tópico se lo podrá planificar para futuros seminarios.



Seminario: SERVICIO AL CLIENTE Y ETICA PROFESIONAL

Tiempo máximo de estudio: 5 horas

1. TEORÍA DEL DESARROLLO HUMANO
2. EL MERCADO AGROTURÍSTICO
3. EL PROFESIONAL FRENTE A SU MUNDO
4. ATENCIÓN AL CLIENTE
5. COMUNICACIÓN DE LA VERDAD EN EL MUNDO PROFESIONAL
6. LA DESPEDIDA: UNA INVITACIÓN

Descripción:

Este seminario está orientado a contribuir a la preparación de personas capaces de respetar y hacer respetar, los valores y los principios morales, tanto en sus vidas privadas como en el ejercicio de sus labores profesionales, además de mejorar la Atención al Cliente, revisando las necesidades de los turistas que buscan realizar esta actividad, técnicas de atención al cliente, además de una breve análisis del producto que ofrecemos para poder extraer las bondades y así adecuarlas para hacerlas atractivas a los potenciales clientes.

1. Teoría del Desarrollo Humano
 - Conceptos básicos
 - Los 6 aspectos de la fe humana: intuitiva-proyectiva, mítica-literal, sintética-convencional, individuante-reflexiva, conjuntiva, universalizadota
2. El Mercado Agroturístico
 - a. INTRODUCCION
 - Cuál es mi negocio y qué quiero vender
 - Qué es el mercado, características, tendencias
 - Perfil de los clientes
 - Demanda y oferta de productos agroturísticos
 - b. DISEÑO Y VENTA DE PRODUCTOS
 - El producto agroturístico y sus características
 - Aproximación al comportamiento del consumidor
 - Políticas de producto, precio, distribución y publicidad
 - Cómo vender productos de servicios
3. El profesional frente a su mundo
 - Objetividad moral y formulación de principios morales
 - El profesional y sus valores
 - La conciencia moral de la persona
4. Atención al Cliente.
 - La comunicación y su importancia
 - Dinámica de formación personal
 - Cómo relacionarse con los clientes
 - Técnicas de atención personalizada
 - Métodos para captar clientes

- Consejos Prácticos
5. Comunicación de la verdad en el mundo profesional
 - La obligación moral de comunicar la verdad
 - El secreto profesional
 6. Despedida: Una Invitación

Seminario: MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

Tiempo máximo de estudio: 5 horas

1. LOS HUMANOS Y LA NATURALEZA: UNA VISIÓN GENERAL
2. PRINCIPIOS Y CONCEPTOS CIENTÍFICOS
3. LA POBLACIÓN HUMANA
4. PROBLEMAS MUNDIALES
5. LA CONTAMINACIÓN
6. MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD

Descripción:

En este tema se busca que el participante conozca e interactúe con el medio que lo rodea de tal forma que aprenda a cuidarlo y respetarlo, ya que este será una de las principales fuentes de trabajo.

1. Los Humanos y la Naturaleza: una Visión General.
 - Población, recursos, degradación ambiental y contaminación.
 - Breve historia del uso y la conservación de los recursos, y la Protección ambiental.
2. Principios y conceptos científicos.
 - Los recursos, materia y energía: tipos y conceptos.
 - Los ecosistemas: ¿Qué son y cómo funcionan?
 - Clima, vida terrestre y vida acuática.
 - Cambios en las poblaciones, comunidades y ecosistemas.
 - Los Procesos geológicos: la dinámica de la tierra.
3. La Población Humana.
 - Distribución de la población: urbanización, problemas urbanos y uso urbano de la tierra.
4. Problemas Mundiales.
 - Deforestación y pérdida de la biodiversidad.
 - Cambio del clima, agotamiento del ozono.
5. La Contaminación
 - Riesgo, salud humana y desechos peligrosos.
 - Contaminación del aire.
 - Contaminación del agua.

6. Medio ambiente y Sociedad

- Economía y medio ambiente.
- Perspectivas mundiales, ética personal y medio ambiente.

Seminario: ETIQUETA, URBANIDAD E HIGIENE

Tiempo máximo de estudio: 5 horas

1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA ETIQUETA Y URBANIDAD
2. PRINCIPIOS GENERALES DE URBANIDAD Y BUENAS MANERAS
3. IMAGEN PERSONAL
4. EL LENGUAJE
5. RELACIÓN ANFITRIÓN - INVITADO
6. MEDIDAS HIGIÉNICAS Y DE SALUBRIDAD
7. IMPORTANCIA DE MANTENER LA HIGIENE EN LOS LUGARES QUE NOS RODEAN

Descripción:

En esta materia buscamos enseñar a los participantes a convivir en la ciudad, es decir, conocer y practicar las normas de buena vecindad, cumplir los deberes para con su familia y reverenciar a Dios en la manera debida. Aunque es cierto que la etiqueta cambia con el tiempo, las circunstancias e incluso el tiempo de sociedad en que nos encontremos, pretendemos brindar una visión moderna al respecto. En cuanto a Urbanidad, es un reflejo exterior de realidades interiores, la intención de integrarse positivamente en la vida ciudadana convertida en hechos. Por último se darán ciertas normas de higiene que se deben cumplir para poder mantener siempre calidad en el servicio que se ofrece y mejorar el nivel de vida.

1. Reseña histórica
2. Principios generales de urbanidad y buenas maneras.
 - Del aseo
 - Del modo de conducirnos dentro y fuera de nuestra casa
 - Del modo de conducirnos en la sociedad
3. Imagen personal
 - Vestir
 - Fórmulas de cortesía
4. El Lenguaje
 - Hablar
 - Las presentaciones
 - Tratamientos habituales
 - En lugares públicos
5. Relación Anfitrión – Invitado
 - Ser un buen anfitrión
 - Ser un invitado correcto
 - La mesa – reglas de oro

6. Medidas higiénicas y de salubridad
 - Aseo en el trabajo
 - Recomendaciones para mantener la salud
7. Importancia de mantener la higiene en los lugares que nos rodean
 - Procedimientos de emergencias
 - Ergonomía

Seminario: DISEÑO DE PRODUCTOS / SERVICIOS Y CONTROL DE CALIDAD

Tiempo máximo de estudio: 5 horas

1. NUESTRO ENTORNO SOCIAL Y ECONÓMICO
2. AGROTURISMO UN NUEVO RUBRO PARA EL PRODUCTOR DE NUESTRA ZONA.
3. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y OPERACIONES
4. CONCEPTO DE SISTEMAS DE SERVICIOS
5. ASESORÍA Y ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL
6. PRINCIPIOS BÁSICOS DE CALIDAD
7. SELLOS DE CALIDAD

Descripción:

En cuanto a Diseño de productos / servicios, buscamos presentar al turismo como una nueva alternativa para el desarrollo económico de cada interesado en realizarlo, para esto se revisarán ciertos tópicos a manera muy breve y así crear el interés en esta actividad. En cuanto a control de calidad buscamos presentar desde conceptos básicos, pasando por un breve análisis de los requerimientos de los distintos sellos de calidad que existen para poder entrar a competir en el ámbito internacional.

1. Nuestro entorno social y económico;
 - Desarrollo económico regional
 - Rubros de explotación y el mercado
 - Agroturismo el turismo, de la mano con la agricultura
2. Agroturismo un nuevo rubro para el productor de nuestra zona
 - Experiencias en el rubro agroturismo
 - Ventajas y bondades del rubro
 - Potencial de los productos Agroturísticos
 - Fundamentación del proyecto
 - Agroturismo como complemento a rubros explotados
3. Plan de comercialización y Operaciones
 - A) Planificación y organización de establecimientos de servicios
 - El producto
 - El consumidor y la competencia
 - El precio
 - Promoción y comunicación del servicio

B) Planificación y comercialización

- Qué es comercialización
- El plan de comercialización
- Etapa I: Análisis de la situación
- Etapa II: Planteamiento de los objetivos
- Etapa III: Diseño de vías de acción: herramientas de comercialización y su uso práctico

C) Plan de comercialización: Metodología para la creación de un negocio

- Identificación y estructuración de la idea de proyecto (perfil)
 - Diagnóstico de la situación actual
 - Generación de la idea de proyecto
 - Verificación de sus atributos
- Estudio de factibilidad técnico-económico del perfil del proyecto o estudio de mercado
 - Caracterización de la demanda de mercado
 - Caracterización de los competidores
 - Otros antecedentes de importancia
 - Análisis de precios
 - Comercialización del producto
- Estudio De Ingeniería
 - Tamaño del proyecto
 - Proceso productivo
 - Localización del proyecto
- Estudio Financiero
 - Análisis de costo
 - Ingresos
 - Presupuesto de caja y fuente y uso de fondos
 - Evaluación Económica Del Proyecto

D) Plan de operaciones: puesta en marcha del proyecto

- Formulación de objetivos y metas
- Requerimientos de servicios
- Documentación legal y comercial
- Indicadores de gestión y control del proyecto

4. Concepto de sistema de servicios

- Determinación de atributos y características del paquete de servicio,
- Determinación de concepto de servicio
- Diseño de estrategias y estructura global de implementación.

5. Asesoría y estudios para el desarrollo organizacional

- Estudio de clima organizacional
- Diseño de políticas de recursos humanos

- Asesoría en diseños de sistema de refuerzos e incentivos

6. Principios Básicos de calidad

- Plena satisfacción del cliente
- Involucramiento de todo el personal
- Mejora continua de procesos
- Calidad en servicio: rápida solución de averías, amplitud de horarios de servicios, amplia y variada oferta gastronómica, esmerado servicio de limpieza, óptimo mantenimiento de instalaciones, programa de seguridad y prevención.

7. Sellos de calidad

- Revisión de los diferentes sellos de calidad a nivel agropecuario y turístico.
- Requerimientos que se exigen para poder adquirir la certificación de las compañías más importantes de calidad, tanto en el ámbito nacional como internacional.

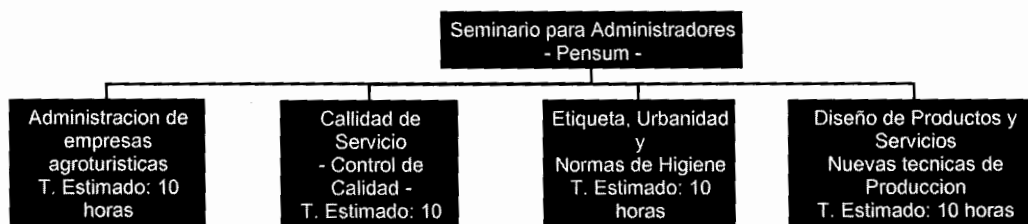
ANEXO 3

Cursos para Administradores

Para este grupo hemos decidido que les convendría tomar cursos que requerirán de un poco más de tiempo que los seminarios para los dueños de haciendas, pero sin que estos se tornen pesados y demasiado largos; el tiempo máximo de duración de cada curso serán de 10 horas, dando un total máximo de 40 horas al momento de finalizar todos los cursos.

Los temas están orientados a mejorar el nivel de conocimientos en materias propias de administración pero aplicadas al turismo, para así tener conocimiento de la nueva actividad en la que van a trabajar.

Al final de cada curso y como requisito para poder avanzar al siguiente se entregará un certificado o diploma de haber concluido con éxito; éste documento se entregará a cada participante que cumpla con una cantidad determinada de horas de asistencia (70% de asistencia) y un determinado puntaje (mínimo 65 puntos).



Materia: ETIQUETA, URBANIDAD Y NORMAS DE HIGIENE*Tiempo máximo de estudio: 10 horas*

1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA ETIQUETA Y URBANIDAD
2. DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD
3. PRINCIPIOS GENERALES DE URBANIDAD Y BUENAS MANERAS
4. DIFERENTES APLICACIONES DE LA URBANIDAD
5. IMAGEN PERSONAL
6. EL LENGUAJE
7. RELACIÓN ANFITRIÓN - INVITADO
8. NORMAS DE HIGIENE.- DEFINICIÓN DE TÉRMINOS
9. IMPORTANCIA DE MANTENER LA HIGIENE EN LOS LUGARES QUE NOS RODEAN
10. MEDIDAS HIGIÉNICAS Y DE SALUBRIDAD

Descripción:

En esta materia buscamos enseñar a los participantes a convivir en la ciudad, es decir, conocer y practicar las normas de buena vecindad, cumplir los deberes para con su familia y reverenciar a Dios en la manera debida. Aunque es cierto que la etiqueta cambia con el tiempo, las circunstancias e incluso el tiempo de sociedad en que nos encontremos, pretendemos brindar una visión moderna al respecto. En cuanto a Urbanidad, es un reflejo exterior de realidades interiores, la intención de integrarse positivamente en la vida ciudadana convertida en hechos.

1. Reseña histórica
2. Deberes para con la sociedad.
 - Deberes para con Dios y nuestros padres.
 - Deberes para con nuestros semejantes.
 - Deberes para con nosotros mismos.
3. Principios generales de urbanidad y buenas maneras.
 - Del aseo
 - Del modo de conducirnos dentro y fuera de nuestra casa
 - Del modo de conducirnos en la sociedad
4. Diferentes aplicaciones de la urbanidad
5. Imagen personal
 - Vestir
 - Fórmulas de cortesía
6. El Lenguaje
 - Hablar
 - Las presentaciones
 - Tratamientos habituales
 - En lugares públicos
7. Relación Anfitrión – Invitado
 - Ser un buen anfitrión
 - Ser un invitado correcto
 - La mesa – Reglas de oro
8. Normas de Higiene.- Definición de términos
 - Higiene

- Salubridad
 - Ergonomía
9. Importancia de mantener la higiene en los lugares que nos rodean
 10. Medidas higiénicas y de salubridad
 - Aseo en el trabajo
 - Recomendaciones para mantener la salud
 11. Procedimientos de emergencias

Materia: CALIDAD DE SERVICIOS – Control de Calidad –

Tiempo máximo de estudio: 10 horas

1. CONCEPTO DE SISTEMAS DE SERVICIOS
2. REINGENIERÍA DEL SISTEMA DE PRESTACIÓN
3. ASESORÍA Y ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL
4. PRINCIPIOS BÁSICOS DE CALIDAD
5. SELLOS DE CALIDAD

Descripción:

Busca presentar desde conceptos básicos, pasando por un breve análisis de los requerimientos de los distintos sellos de calidad que existen para poder entrar a competir en el ámbito internacional.

1. Concepto de sistema de servicios
 - Determinación de atributos y características del paquete de servicio,
 - Determinación de concepto de servicio
 - Diseño de estrategias y estructura global de implementación.
2. Reingeniería del sistema de prestación
 - Definición de equipamientos y tecnologías, control y mejoramiento de procesos y flujos del sistema
 - Sistema de información
 - Manualización de la operación y el control
 - Manuales de estándares de servicio
3. Asesoría y estudios para el desarrollo organizacional
 - Estudio de clima organizacional
 - Diseño de políticas de recursos humanos
 - Asesoría en diseños de sistema de refuerzos e incentivos
4. Principios Básicos de calidad
 - Plena satisfacción del cliente
 - Involucramiento de todo el personal
 - Mejora continua de procesos
 - Calidad en servicio: rápida solución de averías, amplitud de horarios de servicios, amplia y variada oferta gastronómica, esmerado servicio de limpieza, óptimo mantenimiento de instalaciones, programa de seguridad y prevención.
5. Sellos de calidad
 - Revisión de los diferentes sellos de calidad a nivel agropecuario y turístico.

- Requerimientos que se exigen para poder adquirir la certificación de las compañías más importantes de calidad, tanto en el ámbito nacional como internacional.

Materia: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tiempo máximo de estudio: 10 horas

1. CREANDO Y DESARROLLANDO MI PROPIO NEGOCIO
2. CONOCIENDO MI ORGANIZACIÓN
3. EL PROCESO DE ADMINISTRAR
4. EMPRESAS DE SERVICIOS
5. EL MERCADO
6. TÉCNICAS DE VENTAS
7. COMPETENCIA
8. MARKETING MIX

1. Creando y Desarrollando mi Propio Negocio

- Dinámica del entorno
- Relación entorno - empresa
- Competitividad y calidad total

2. Conociendo mi Organización

- Concepto de unidad productiva; caso: El Sistema Empresa
- Rol en la sociedad: Cadena del Valor
- Tipos de empresas
- Los "XX" y su rol
- Características de la "XX"
- Principales Funciones de la EMPRESA
 - a) Funciones de interrelación directa con el entorno
 - Función Comercial
 - Función Finanzas
 - b) Funciones Internas
 - Función Producción
 - Función Administrativa
 - c) Relación entre funciones; casos.

3. El Proceso de Administrar

- Planificación Estratégica
 - Misión - Objetivos
 - Políticas
- Organización
 - Roles y Competencias
 - Estructuras
- Dirección - Coordinación
 - Trabajo en equipo
 - Liderazgo
- Control
- Retroalimentación

- Herramientas de Gestión Empresarial

- a) Planes Estratégicos
- b) Cronograma de actividades
- c) Estructura de costos
- d) Indicadores de Gestión

4. Empresas de servicios

- Concepto y clasificación.
- Elementos del sistema de servicios
- Canales de distribución de productos turísticos
- Motivaciones de viajes.
- Diferencia entre Publicidad, propaganda y promoción.

5. Mercado

- Concepto
- Actividades de comercialización
- Clases de mercado
- Investigación de mercado

6. Técnicas de ventas

- Vendedores
- Conocimiento del producto: como se hace, como es, para que sirve, para quién va dirigido, precios y condiciones de venta.
 - formas originales (novedosas) de promoción de este tipo de turismo
 - Técnicas publicitarias y de mercado
 - Mercadeo de productos agroforestales

7. La Competencia

8. Marketing Mix

- Inventario turístico: video promocional y documental
- Medición de satisfacción de clientes

Materia: DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Tiempo máximo de estudio: 10 horas

1. NUESTRO ENTORNO SOCIAL Y ECONÓMICO
2. AGROTURISMO UN NUEVO RUBRO PARA EL PRODUCTOR DE NUESTRA ZONA
3. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN
4. PLAN DE OPERACIONES

Descripción:

Lo que se busca en esta etapa es presentar al turismo como una nueva alternativa para el desarrollo económico de cada interesado en realizarlo, para esto se revisarán ciertos tópicos a manera muy breve y así crear el interés en esta actividad.

1. Nuestro Entorno Social y Económico

- Desarrollo económico regional
- Rubros de explotación y el mercado

- Agroturismo el turismo, de la mano con la agricultura
2. Agroturismo un nuevo rubro para el productor de nuestra zona
- Experiencias en el rubro Agroturismo
 - Ventajas y bondades del rubro
 - Potencial de los productos Agroturísticos
 - Fundamentación del proyecto
 - Agroturismo como complemento a rubros explotados
3. Plan de comercialización
- Planificación y organización de establecimientos de servicios
 - El Producto
 - El Consumidor y La Competencia
 - El Precio
 - Promoción y Comunicación del Servicio
 - Planificación y comercialización
 - Qué es comercialización
 - El plan de comercialización
 - Etapa I: Análisis de la situación
 - Etapa II: Planteamiento de los Objetivos
 - Etapa III: Diseño de vías de acción: Herramientas de Comercialización y su uso práctico
4. Plan de comercialización: Metodología para la creación de un negocio
- Identificación y estructuración de la idea de proyecto (perfil)
 - Diagnóstico de la situación actual
 - Generación de la idea de proyecto
 - Verificación de sus atributos
 - Estudio de factibilidad técnico-económico del perfil del proyecto o estudio de mercado
 - Caracterización de la demanda de mercado
 - Caracterización de los competidores
 - Otros antecedentes de importancia
 - Análisis de precios
 - Comercialización del producto
 - Estudio De Ingeniería
 - Tamaño del proyecto

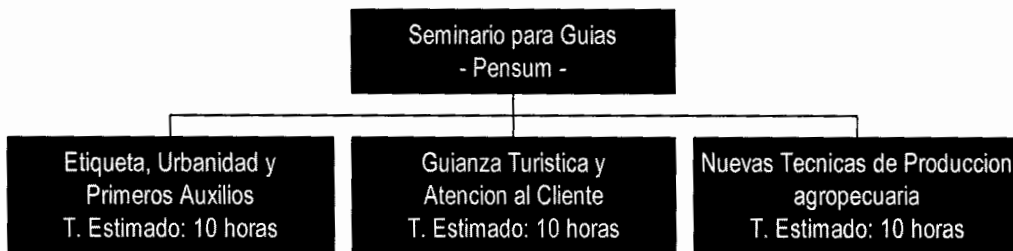
ANEXO 4

Cursos para Obreros/Guías

Para este grupo, hemos decidido que les convendría tomar cursos que requerirán de un poco más de tiempo que los seminarios para los dueños de haciendas, pero sin que estos se tornen pesados y demasiado largos; el tiempo máximo de duración de cada curso serán de 10 horas, dando un total máximo de 30 horas al momento de finalizar todos los cursos.

Los temas están orientados a mejorar el nivel de conocimientos sobre guianza turística y atención al cliente y así ampliar los conceptos o ideas que tengan sobre la nueva actividad en la que van a trabajar.

Al final de cada curso y como requisito para poder avanzar al siguiente se entregará un Certificado o Diploma de haber concluido con éxito; éste documento se entregará a cada participante que cumpla con una cantidad determinada de horas de asistencia (70% de asistencia) y un determinado puntaje (mínimo 65 puntos).



Descripción de Materias

Materia: ETIQUETA, URBANIDAD Y PRIMEROS AUXILIOS

Tiempo máximo de estudio: 10 horas

1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA ETIQUETA Y URBANIDAD
2. DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD
3. PRINCIPIOS GENERALES DE URBANIDAD Y BUENAS MANERAS
4. DIFERENTES APLICACIONES DE LA URBANIDAD
5. IMAGEN PERSONAL
6. EL LENGUAJE
7. RELACIÓN ANFITRIÓN - INVITADO
8. PRIMEROS AUXILIOS
9. BOTIQUÍN DOMÉSTICO

Descripción:

En esta materia buscamos enseñar a los participantes a convivir en la ciudad, es decir, conocer y practicar las normas de buena vecindad, cumplir los deberes para con su familia y reverenciar a Dios en la manera debida. Aunque es cierto que la etiqueta cambia con el tiempo, las circunstancias e incluso el tiempo de sociedad en que nos encontremos, pretendemos brindar una visión moderna al respecto. En cuanto a Urbanidad, es un reflejo exterior de realidades interiores, la intención de integrarse positivamente en la vida ciudadana convertida en hechos. Además pretendemos que las personas que se encarguen de desarrollar actividades turísticas en zonas no muy cercanas de centros de atención médica puedan brindar los primeros auxilios a cualquiera de sus clientes hasta que pueda recibir la correspondiente atención médica.

1. Reseña histórica de la Etiqueta y Urbanidad
2. Deberes para con la sociedad.
 - Deberes para con Dios y nuestros Padres.
 - Deberes para con nuestros semejantes.
 - Deberes para con nosotros mismos.
3. Principios generales de urbanidad y buenas maneras.
 - Del aseo
 - Del modo de conducirnos dentro y fuera de nuestra casa
 - Del modo de conducirnos en la sociedad
4. Diferentes aplicaciones de la urbanidad
5. Imagen personal
 - Vestir
 - Fórmulas de cortesía
6. El Lenguaje
 - Hablar
 - Las presentaciones
 - Tratamientos habituales
 - En lugares públicos
7. Relación Anfitrión – Invitado
 - Ser un buen anfitrión

- Ser un invitado correcto
- La mesa – Reglas de oro

8. Primeros Auxilios

- a. Ausencia de respiración.
 - Técnicas de respiración: boca a boca, cómo resucitar a los recién nacidos y los niños, respiración boca a nariz
- b. Asfixia
- c. Ahogo en adultos, ancianos y niños
- d. Ausencia de latido cardíaco.
 - Como y cuando se da el masaje cardíaco.
- e. Inconsciencia.
- f. Postura de recuperación
- g. Hemorragia grave
 - Puntos arteriales de presión
 - Interrupción de una hemorragia grave
 - Cómo se actúa en el caso de un miembro o dedo amputado.
 - Heridas en la cabeza
- h. Shock
- i. Descarga eléctrica
- j. Quemaduras y escaldaduras menores
 - Ampollas
- k. Quemaduras graves
- l. Hipotermia (enfriamiento o congelación)
 - Hipotermia en bebés y ancianos
 - Congelación
- m. Golpe de calor
 - Agotamiento por calor
- n. Fracturas y dislocaciones
 - Colocación de una tablilla
 - Lesiones en la espina dorsal
 - Heridas en el tórax
- o. Envenenamiento
 - Venenos domésticos comunes
- p. Parto de urgencia
- q. Cuerpo extraño en el ojo, oído, nariz o la piel (astilla)
- r. Mordeduras y picaduras
- s. Cortes y desgarros
- t. Contusiones
- u. Distensiones y esquinces

9. Botiquín doméstico.

Materia: GUIANZA Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Tiempo máximo de estudio: 10 horas

1. EL GUÍA DE TURISMO
2. RELACIÓN GUÍA – TURISTA
3. EL GUÍA NATURALISTA
4. PERFIL PROFESIONAL DEL GUÍA TURÍSTICO
5. AUXILIARES DE TURISMO
6. COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN PERSONAL
7. ATENCIÓN AL CLIENTE
8. CALIDAD DEL SERVICIO
9. LA DESPEDIDA: UNA INVITACIÓN

Descripción.

Con este curso buscamos prepararlos para que sean excelentes guías naturalistas y a la vez optimizar la Atención al Cliente, revisando las necesidades de los turistas que buscan realizar esta actividad, técnicas de atención al cliente, además de un breve análisis del producto que ofrecemos para poder extraer las bondades que ofrece y así adecuarlas para hacerlas atractivas a los potenciales clientes.

1. El guía de turismo
 - Concepto de guía de turismo.
 - Cualidades del guía de turismo
 - Origen de la profesión de guía
 - Importancia de los guías
 - Funciones de los guías
 - Clasificación de guías (tipos)
2. Relación Guía – turista
 - Técnicas de expresión: postura, tono de voz, velocidad al hablar, pronunciación, vocabularios, pensamiento, normas fundamentales, elaboración del guión del guía, operación.
 - Habilidades lingüísticas para comunicarse.
3. El guía naturalista
 - Actitud conservacionista del guía
4. Perfil Profesional del guía turístico
 - Servicios que prestan
 - Traslados: in y out
 - Recomendaciones para el guía: al llegar, en el hotel, en el transporte.
 - Tour: concepto, clases, recomendaciones
 - Guianza Simultánea en varios idiomas.
5. Auxiliares de turismo rural
 - Especializados en atención a los clientes en los mesones, posadas, casa de turismo rural.
6. Comunicación y Formación Personal
 - Dinámica de formación personal
 - La comunicación y su importancia
7. Atención al Cliente
 - Cómo relacionarse con los clientes

8. Calidad del Servicio
 - Técnicas de atención personalizada
9. La Despedida: Una Invitación
 - Métodos para captar clientes
 - Consejos Prácticos

Materia: NUEVAS TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

Tiempo máximo de estudio: 10 horas

1. RECURSOS DEL SUELO
2. RECURSOS DEL AGUA
3. RECURSOS DE ALIMENTOS
4. MECANIZACIÓN DE LAS LABORES AGROPECUARIAS
5. ALMACENAMIENTO Y PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS
6. MANEJO Y CONTROL DE DESECHOS AGROPECUARIOS

Descripción:

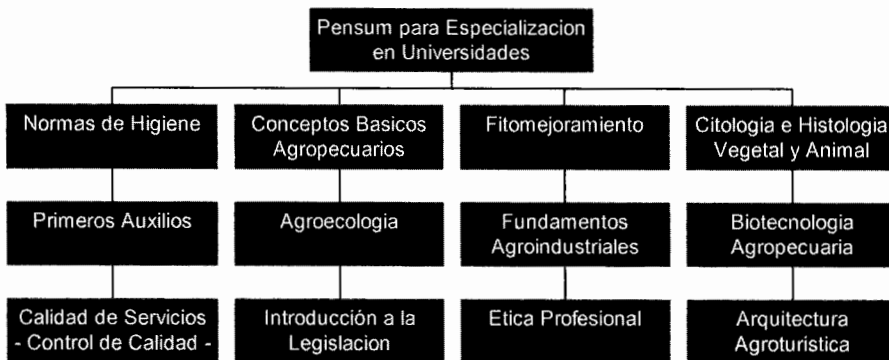
El objetivo de esta materia es el de mejorar en los sistemas de producción agropecuaria en grupos de campesinos de la región a partir del uso de técnicas modernas de producción; para de esta manera mejorar la calidad de los productos sin perjudicar el medio ambiente que les rodea.

1. Recursos del Suelo
 - Suelo: componentes, tipos y propiedades.
 - Erosión del suelo.
 - Conservación del suelo y control del uso de la tierra.
 - Contaminación del suelo por exceso de sales y agua.
 - Plaguicidas y control de plagas
 - Impacto ambiental benéfico de sistemas de producción agrícola conservacionista
2. Recursos del Agua
 - El Agua como un líquido de características únicas.
 - Abasto, renovación y utilización de los recursos acuáticos.
 - Problemática de los recursos de agua.
 - Administración de los recursos de agua.
3. Recursos de Alimentos
 - Sistemas agrícolas en el mundo: ¿Cómo se producen los alimentos?
 - Problemas alimentarios mundiales.
 - Métodos para aumentar la producción de alimentos.
 - Una mayor pesca y piscicultura.
 - Agricultura y Ganadería Sustentable de la Tierra.
4. Mecanización de las labores agropecuarias
5. Almacenamiento y procesamiento de productos agropecuarios
6. Manejo y control de desechos agropecuarios.

ANEXO 5

Cursos para Universitarios

- De acuerdo al pensum que ofrecen las universidades del país, se podrían implementar a las materias que se dictan, los tópicos necesarios para que dentro de su estudio incluyan conocimientos sobre desarrollo agropecuario al nivel general. Para esto es necesario una conversación profunda con los representantes de la universidad y estudiantiles para adaptar nuestra sugerencia a la realidad actual de la universidad y así llenar los posibles vacíos que se presenten al desarrollar los seminarios.
- Sugerimos que se cree la especialización de “AGROTURISMO” en la cual se complementen los estudios básicos que se dictaron en el transcurso de la carrera con una introducción de estudios al nivel agropecuario. Más adelante se detallará el pensum a considerarse.
- Si se presenta el caso de una excesiva demanda o interés en esta aplicación se podría complementar aún más los conocimientos aprendidos en la universidad con una maestría o post-grado, que obviamente será impartida por especialistas en las materias a ser estudiadas. El pensum del post-grado se analizará de acuerdo a las necesidades que se presenten en el momento de ser solicitado, el nivel de conocimientos de los oyentes, y las materias que se han desarrollado en esta tesis.



Pénsum para la especialización para universitarios

Módulo I

Materia: NORMAS DE HIGIENE

1. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS
2. IMPORTANCIA DE MANTENER LA HIGIENE EN LOS LUGARES QUE NOS RODEAN
3. MEDIDAS HIGIÉNICAS Y DE SALUBRIDAD

Descripción:

1. Definición de términos
 - Higiene
 - Salubridad
 - Ergonomía
2. Importancia de mantener la higiene en los lugares que nos rodean
3. Medidas higiénicas y de salubridad
 - Aseo en el trabajo
 - Recomendaciones para mantener la salud
 - Procedimientos de emergencias
 - Ergonomía

Materia: CONCEPTOS BÁSICOS AGROPECUARIOS

1. DEFINICIONES BÁSICAS
2. ESTUDIO DE CIENCIAS AFINES
3. ANATOMÍA
4. CLIMATOLOGÍA
5. ANTROPOLOGÍA
6. DENDROLOGÍA
7. ENTOMOLOGÍA
8. FRUTICULTURA Y HORTICULTURA
9. MECANIZACIÓN DE LAS LABORES AGRÍCOLAS

Descripción:

Se busca presentar conceptos básicos y aplicaciones antiguas, para luego mostrar nuevas tecnologías de manera que se produzca con una mejor calidad sin dañar el medio ambiente que les rodea.

Materia: FITOMEJORAMIENTO

1. ASPECTOS POSITIVOS DE LA PUESTA EN PRÁCTICA DE TÉCNICAS DE FITOMEJORAMIENTO
2. TÉCNICAS Y MÉTODOS DE FITOMEJORAMIENTO
3. REDUCCIÓN DE TOXICIDAD
4. CONSECUENCIAS DEL FITOMEJORAMIENTO EN LA PRODUCCIÓN ANIMAL

Descripción:

El objetivo de esta materia es el de mejorar en los sistemas de producción agrícola en grupos de campesinos de la región a partir del uso de técnicas de fitomejoramiento participativo. Buscamos dotar de materiales y técnicas mejoradas a los grupos campesinos de la región, que viven en condiciones de pobreza, sin acceso a sistemas tradicionales de crédito.

1. Aspectos positivos de la puesta en práctica de técnicas de fitomejoramiento.
 - Estrategias de fitomejoramiento participativo validas y con una operación eficiente.
 - Desarrollo de materiales genéticos mejorados de acuerdo a las necesidades reales y preferencias
2. Técnicas y métodos de fitomejoramiento.
 - Fertilidad del suelo
 - Disponibilidad del agua
3. Reducción de toxicidad
 - Control Biológico de plagas
 - Manejo de agroquímicos
4. Consecuencias del fitomejoramiento en la producción animal.
 - Rendimiento
 - Persistencia
 - Resistencia a plagas y enfermedades
 - Calidad del forraje, digestibilidad

Materia: CITOLOGÍA E HISTOLOGÍA VEGETAL Y ANIMAL

1. INTRODUCCIÓN
2. HISTOLOGÍA VEGETAL BÁSICA
3. ORGANOGRAFÍA VEGETAL BÁSICA
4. FUNDAMENTO DE HISTOLOGÍA Y ORGANOGRAFÍA ANIMAL

Descripción:

El objetivo fundamental, es que el alumno obtenga una visión general del funcionamiento y relación tanto de plantas como animales, empezando desde la célula como unidad fundamental de los seres vivos, y su asociación con otros elementos para formar los tejidos que constituyen los mismos, además de tejidos vegetales y animales y bases de organografía.

1. Introducción
 - Concepto y evolución histórica de la Citología. Métodos de estudio de la célula y los tejidos.
 - Los sistemas vivos. De las moléculas a las primeras células.
 - Ciclo de división celular. Concepto y etapas. Control de la proliferación.
2. Histología Vegetal Básica
 - La célula vegetal. La vacuola. La pared primaria y secundaria.
 - Tejidos vegetales simples y compuestos
3. Organografía Vegetal Básica
 - Cuerpo primario y secundario de la planta.

- Peridermis: Tipos celulares. Desarrollo de la corteza.
 - Órganos reproductores: La flor. Microsporogénesis. Megasporogénesis. Fecundación simple y doble.
4. Fundamentos de Histología y Organografía Animal
- Tejido epitelial
 - Tejido conjuntivo
 - Tejido adiposo
 - Tejido cartilaginoso
 - Tejido óseo
 - Tejido nervioso.
 - Tejido muscular.
 - Aparato circulatorio.
 - Bases celulares de la respuesta inmune: Inmunidad natural y adquirida. Antígenos y anticuerpos.
 - Sistema tegumentario. Estructura básica en vertebrados. Piel y anexos en mamíferos.
 - Sistema digestivo.
 - Sistema respiratorio.
 - Sistema endocrino.
 - Sistema excretor.
 - Sistema reproductor.

Módulo II

Materia: PRIMEROS AUXILIOS

1. IMPORTANCIA DE SABER PRIMEROS AUXILIOS
2. PRIMEROS AUXILIOS
3. BOTIQUÍN DOMÉSTICO

Descripción:

Con esta materia pretendemos que las personas que se encarguen de desarrollar actividades turísticas en zonas no muy cerca de centros de atención médica puedan brindar los primeros auxilios a cualquiera de sus clientes hasta que pueda recibir la correspondiente atención médica. Entre los tópicos que se revisarán en cuanto a adiestramiento teórico y práctico corresponde, están:

1. Importancia de saber primero auxilios
2. Primero Auxilios
 - Ausencia de respiración.
 - Técnicas de respiración: boca a boca, cómo resucitar a los recién nacidos y los niños, respiración boca a nariz
 - Asfixia
 - Ahogo en adultos, ancianos y niños
 - Ausencia de latido cardíaco.
 - Como y cuando se da el masaje cardíaco.
 - Inconsciencia.
 - Postura de recuperación
 - Hemorragia grave
 - Puntos arteriales de presión

- Interrupción de una hemorragia grave
 - Cómo se actúa en el caso de un miembro o dedo amputado.
 - Heridas en la cabeza
 - Shock
 - Descarga eléctrica
 - Quemaduras y escaldaduras menores
 - Ampollas
 - Quemaduras graves
 - Hipotermia (enfriamiento o congelación)
 - Hipotermia en bebés y ancianos
 - Congelación
 - Golpe de calor
 - Agotamiento por calor
 - Fracturas y dislocaciones
 - Colocación de una tablilla
 - Lesiones en la espina dorsal
 - Heridas en el tórax
 - Envenenamiento
 - Venenos domésticos comunes
 - Parto de urgencia
 - Cuerpo extraño en el ojo, oído, nariz o la piel (astilla)
 - Mordeduras y picaduras
 - Cortes y desgarros
 - Contusiones
 - Distensiones y esquinces
3. Botiquín doméstico.

Materia: AGROECOLOGÍA

1. RECURSOS DEL SUELO
2. RECURSOS DEL AGUA
3. RECURSOS DE ALIMENTOS
4. RECURSOS DE FLORA Y FAUNA SILVESTRES

Descripción:

En esta materia se busca presentar ciertos conceptos básicos en el área agropecuaria además de los efectos que tiene las actividades del hombre en la naturaleza que lo rodea, aspectos negativos y positivos de las acciones de hombre; además de realizar diferentes análisis de los factores ecológicos en la agricultura y comprender la importancia del estudio de los diferentes factores ecológicos.

1. Recursos del Suelo
 - Suelo: componentes, tipos y propiedades.
 - Erosión del suelo.
 - Conservación del suelo y control del uso de la tierra.
 - Contaminación del suelo por exceso de sales y agua.
 - Plaguicidas y control de plagas
 - Impacto ambiental benéfico de sistemas de producción agrícola conservacionista

2. Recursos del Agua

- El agua como un líquido de características únicas.
- Abasto, renovación y utilización de los recursos acuáticos.
- Problemática de los recursos de agua.
- Administración de los recursos de agua.
- Ecosistemas estratégicos hídricos: conocimiento y monitoreo del patrimonio ecológico.
- Ecosistemas usuarios principales del recurso hídrico: estudios de caso sobre manejo integrado de una cuenca y su impacto ambiental benéfico.

3. Recursos de Alimentos

- Sistemas agrícolas en el mundo: ¿Cómo se producen los alimentos?
- Problemas alimentarios mundiales.
- Métodos para aumentar la producción de alimentos.
- Una mayor pesca y piscicultura.
- Agricultura y ganadería sustentable de la tierra.

4. Recursos de Flora y Fauna Silvestres

- ¿Por qué preservar las especies de plantas y animales silvestres?
- ¿Cómo se agotan y extinguen las especies?
- Administración de la flora y fauna silvestre
- Administración de la pesca

Materia: FUNDAMENTOS AGROINDUSTRIALES

1. MANEJO DE POST-COSECHA EN CULTIVOS Y EMBALAJE
2. AGROINDUSTRIA, CALIDAD TOTAL Y VALOR AGREGADO
3. ALMACENAMIENTO Y PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS
4. MANEJO Y CONTROL DE DESECHOS AGROINDUSTRIALES
5. MANEJO DE EQUIPOS AGROINDUSTRIAL Y SEGURIDAD DE RECURSOS
6. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA AGROINDUSTRIA

Materia: BIOTECNOLOGÍA AGROPECUARIA

1. INTRODUCCIÓN A LA BIOTECNOLOGÍA
2. TERMINOLOGÍA
3. MEJORAMIENTO GENÉTICO DE LAS PLANTAS
4. BIOTECNOLOGÍA APLICADA AL FITOMEJORAMIENTO

Descripción:

Modificación de variedades vegetales a nivel genético, además la industria biotecnológica ha dirigido su investigación sobre el desarrollo a variedades resistentes a insectos que permitan la reducción de pesticidas, lo que favorece al medio ambiente y disminuyen la cantidad de seres humanos intoxicados por agroquímicos; variedades que presentan mejores características nutricionales y variedades que reducen los costos de producción.

4. Introducción a la biotecnología.
5. Terminología
6. Mejoramiento genético de las plantas
7. Biotecnología aplicada al fitomejoramiento

- Mejoramiento ganadero (vacuno, porcino, de avestruces, acuicultura, avicultura)
- Procesos y técnicas
- Control biológico de plagas

Módulo III

Materia: CALIDAD DE SERVICIOS - Control de Calidad

1. CONCEPTO DE SISTEMAS DE SERVICIOS
2. REINGENIERÍA DEL SISTEMA DE PRESTACIÓN
3. ASESORÍA Y ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL
4. PRINCIPIOS BÁSICOS DE CALIDAD
5. SELLOS DE CALIDAD

Descripción:

Busca presentar desde conceptos básicos, pasando por un breve análisis de los requerimientos de los distintos sellos de calidad que existen para poder entrar a competir a nivel internacional.

1. Concepto de sistema de servicios
 - Determinación de atributos y características del paquete de servicio,
 - Determinación de concepto de servicio
 - Diseño de estrategias y estructura global de implementación.
2. Reingeniería del sistema de prestación
 - Definición de equipamientos y tecnologías, control y mejoramiento de procesos y flujos del sistema
 - Sistema de información
 - Manualización de la operación y el control
 - Manuales de estándares de servicio
3. Asesoría y estudios para el desarrollo organizacional
 - Estudio de clima organizacional
 - Diseño de políticas de recursos humanos
 - Asesoría en diseños de sistema de refuerzos e incentivos
4. Principios Básicos de calidad
 - Plena satisfacción del cliente
 - Involucramiento de todo el personal
 - Mejora continua de procesos
 - Calidad en servicio: rápida solución de averías, amplitud de horarios de servicios, amplia y variada oferta gastronómica, esmerado servicio de limpieza, optimo mantenimiento de instalaciones, programa de seguridad y prevención.
5. Sellos de calidad
 - Revisión de los diferentes sellos de calidad a nivel agropecuario y turístico.
 - Requerimientos que se exigen para poder adquirir la certificación de las compañías más importantes de calidad, tanto en el ámbito nacional como internacional.

Materia: INTRODUCCIÓN A LEGISLACIÓN

1. INTRODUCCIÓN A LA LEGISLACIÓN NACIONAL
2. BREVE ESTUDIO DE LAS LEYES QUE AFECTARÍAN AL DESARROLLO DE ESTA ACTIVIDAD
3. REVISIÓN DE LAS LEYES QUE AFECTAN A LA ACTIVIDAD

Descripción:

Se pretende enseñar a los oyentes de esta materia, los conceptos básicos sobre legislación nacional, además de realizar un breve análisis de las leyes que tendrían ingerencia sobre el desarrollo de esta actividad.

1. Introducción a la legislación nacional
 - Porque la necesidad de revisar este tópico
2. Breve estudio de leyes que tiene ingerencia en el desarrollo de esta actividad:
 - Ley de Turismo
 - Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario
 - Análisis de la Ley de Comunas
3. Revisión de las leyes que afectan a la actividad, para así tener en cuenta los aspectos positivos y no caer en actividades que estén contra las leyes, en el campo turístico, rural, agraria y de empresas.

Materia: ETICA PROFESIONAL

1. TEORÍA DEL DESARROLLO HUMANO
2. EL PROFESIONAL FRENTE A SU MUNDO
3. COMUNICACIÓN DE LA VERDAD EN EL MUNDO PROFESIONAL
4. JUSTICIA EN LAS RELACIONES EMPRESARIALES

Descripciones:

Como orientadores, es deber nuestro promover la formación moral de nuestros alumnos. Debemos contribuir a la preparación de personas capaces de respetar y hacer respetar, los valores y los principios morales, tanto en sus vidas privadas como en el ejercicio de sus labores profesionales.

1. Teoría del desarrollo humano
 - Conceptos básicos
 - Los 6 aspectos de la fe humana: intuitiva-proyectiva, mítica-litera, sintética-convencional, individuante-reflexiva, conjuntiva, universalizadora
2. El profesional frente a su mundo
 - Objetividad moral y formulación de principios morales
 - El profesional y sus valores
 - La conciencia moral de la persona
3. Comunicación de la verdad en el mundo profesional
 - La obligación moral de comunicar la verdad
 - El secreto profesional
4. Justicia en las relaciones empresariales

- Justicia: algunos conceptos básicos
- Moralidad en las relaciones laborales
- Obligaciones morales con el público
- La competencia y los principios morales

Materia: ARQUITECTURA AGROTURÍSTICA

1. RELACIÓN ENTRE LA ARQUITECTURA Y SU ENTORNO
2. MATERIALES PROPIOS DEL LUGAR
3. CONSTRUCCIONES AGROPECUARIAS Y RURALES
4. NORMAS A SEGUIR PARA CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS AGROTURÍSTICOS

Descripción:

Este tópico está orientado hacia la teoría y práctica de una Arquitectura "Sostenible" y "Ecológica", buscando como resultado el incremento de la calidad ambiental de la ciudad y por consiguiente elevando la calidad de vida de las personas. Buscamos integrar consideraciones funcionales y ecológicas, con objetivos culturales y políticos que circundan el proyecto arquitectónico; factores como el clima, microclima, lugar, y diseño arquitectónico se convierten en parte integral de un todo.

1. Relación entre la arquitectura y su entorno
2. Materiales propios del lugar
3. Construcciones agropecuarias y rurales
 - Mejoramiento del habitat
 - Investigaciones sobre procesos y propuestas de solución: al problema de desbalance urbano-rural, al problema de desbalance entre centros urbanos, al problema de la polarización de la distribución socio-espacial de la población.
4. Normas a seguir para construir edificios Agroturísticos
 - Construcción de edificios dedicados a esta actividad en la península, de manera que se presente una alternativa moderna sin perder los rasgos característicos del sector.

ANEXO 6: Analisis de Potenciales Sitios

PARAMETROS	Distancia desde Guayaquil (Tiempo)	Cercanía a centros poblados	Infraestructura: Agua potable y servidas	Infraestructura: luz	Comunicaciones: teléfono clásico, celular, Internet	Cercanía a centros médicos	Calidad paisajística	Seguridad	Comodidades para el cliente (estructura)	Limpieza de los alrededores	Formas de producción innovadoras y no	Puntaje total	Porcentaje
SITIOS													
1. Parque Lago	0h08	10	10	9	1	10	10	10	6	9	N/A	75	83
2. Vivero "Las Orquídeas"	0h10	9	3	3	1	9	6	3	3	7	5	49	49
3. Club Privado "La Costa"	0h15	8	10	10	8	8	10	10	8	9	N/A	81	90
4. Agrocomercial Río Daular	0h20	8	7	8	8	8	7	7	7	6	5	71	71
5. Recito Consuelo	0h20	6	4	5	4	7	4	2	3	6	N/A	41	46
6. Agroficial	0h25	6	5	5	6	7	6	5	5	9	7	61	61
7. Vivero de Plantas "Proexant"	0h25	7	3	3	1	7	6	4	3	7	7	48	48
8. Recinto Cerecita	0h30	10	7	8	8	10	4	10	9	5	N/A	71	79
10. Hacienda La Gloria	0h30	9	6	5	4	9	6	6	7	8	7	67	67
11. Hacienda Agrícola "Don Lucho"	0h35	8	5	4	3	8	7	5	4	7	6	57	57
12. "La Pastora" - Cría de avestruces	0h40	7	4	4	3	7	6	4	3	5	9	52	52
13. Finca Teresita	0h50	6	7	7	6	6	7	7	8	8	5	67	67
14. Rancho Alegria	0h55	7	5	5	4	7	7	6	6	7	8	62	62
15. Paradero "Old West"	1h00	8	6	5	6	8	7	7	8	8	N/A	63	70
16. Progreso	1h15	10	8	8	8	10	5	10	9	6	N/A	74	82
17. Paradero turístico "El Tren"	1h30	9	9	8	5	9	9	8	8	7	N/A	72	80
18. Comuna Buenos Aires	1h35	8	4	6	5	8	4	2	3	5	N/A	45	50
19. Avícola Fernández, Km.85.	1h40	7	4	5	2	7	5	6	3	7	5	51	51
20. Zapotal	1h45	10	8	8	8	10	4	9	9	7	N/A	73	81
21. Hacienda de Espol	1h45	9	4	4	3	9	5	6	2	6	8	56	56
22. Comuna San Rafael y represa "El Azúcar"	1h50	6	4	5	4	7	4	2	3	6	N/A	41	46
23. Centro de prácticas agrícolas de UPSE	1h50	8	7	7	4	8	5	5	3	6	N/A	53	59
24. Comuna Atahualpa	1h55	10	7	8	8	10	4	10	9	5	N/A	71	79
25. Baños de San Vicente	1h55	9	9	7	4	9	6	5	6	6	N/A	61	68
26. Santa Elena	2h00	10	8	10	10	10	6	10	9	7	N/A	80	89
27. La Libertad	2h10	10	8	10	10	10	7	10	9	7	N/A	81	90
28. Salinas	2h15	10	8	10	10	10	9	10	10	8	N/A	85	94

Opciones alternativas para realización de tours:

1. Museo Amantes de Sumpa
2. Museo y Acuario de Valdivia
3. Museo Salinas siglo XXI
4. Galería Náutica Farallón Dillon

5. Parque Ecológico de Santa Elena
6. Santuario de Olón
7. Museo Real Alto

ANEXO 7

Costo de Tours (grupos de 20 personas)

	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Ejemplo Práctico
Transporte	S/211.00	S/250.00	S/250.00	S/250.00
Alojamiento	S/0.00	S/33.00	S/33.00	S/40.00
Alimentación	S/15.00	S/30.00	S/30.00	S/32.00
Gastos administrativos	S/431.00	S/431.00	S/431.00	S/431.00
Imprevistos	S/164.25	S/186.00	S/186.00	S/188.25
Marketing y promoción	S/305.00	S/305.00	S/305.00	S/305.00
Subtotal	S/1,126.25	S/1,235.00	S/1,235.00	S/1,246.25
Utilidades*	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
Total de paquete	S/1,295.19	S/1,420.25	S/1,420.25	S/1,433.19
Cantidad max. de PAX por tour	20	20	20	10
Costo por persona	S/64.76	S/71.01	S/71.01	S/143.32
	65.00	71.00	71.00	143.35

* Para la finca

Notas:

* Se estima realizar 3 viajes por mes durante los meses de invierno y 4 viajes por mes en verano; dan un total de 45 viajes por año.

1. Gastos administrativos: operación, mantenimiento y personal que laborará en una oficina dedicada al control de la realización del paquete (guía líder, gastos del chofer, 3 personas de oficina: counter, gerente de la compañía y contador)

Guía líder: \$200 por viaje

Gastos del Chofer: \$20 por viaje

Counter \$38 por viaje (asumiendo que gane \$250 mensual)

Gerente \$105 por viaje (\$700 mensuales)

Contador \$53 por viaje (\$350 mensuales)

Pago de servicios de ofic \$15 (agua, luz, teléfonos)

2. Imprevistos: 25% del resultado de la suma de Transporte + alojamiento + alimentación + gastos administrativos

En este caso se tomará un valor referencial de \$180

3. Marketing y Promoción: se refiere a los gastos relacionados con la publicidad del paquete

Folletería \$280 aproximados por viaje, con una base de 2500 folletos en el año

E-mail \$25 aproximado por viaje

Entregada en: agencias de viajes especializadas en turismo interno, hoteles, Ministerios y Cámaras de turismo de la Costa

Plan 1: "Haciendas y Playa"



Duración del Tour: 1 día

Recorrido: Guayaquil - Salinas - Guayaquil

Itinerario: Hacienda de cría de avestruces
 Hacienda de cría de lagartos
 Hacienda de espárragos de la ESPOL
 Llegada a Salinas
 Almuerzo
 Visita a Museo Salinas Siglo XXI
 Tiempo libre en la playa
 Regreso a Guayaquil

* No incluye impuestos, ni entradas a museos

Costo de Tours (grupos de 20 personas)

Transporte	\$211.00
Alojamiento	\$0.00
Alimentación	\$15.00
Gastos administrativos	\$431.00
Imprevistos	\$164.25
Marketing y promoción	\$305.00
Seguro de vida	\$0.00
Subtotal	\$1,126.25
Utilidades	15%
Total de paquete	\$1,295.19
Cantidad max. de PAX por tour	\$20.00
Costo por persona	\$64.76

Plan 2: "Haciendas y Playa - Especial"

Duración del Tour: 2 días

Recorrido: Guayaquil - Salinas - Guayaquil

Itinerario: *Primer día*
 Hacienda de cría de avestruces
 Hacienda de cría de lagartos
 Paradero Old West
 Almuerzo
 Visita a Museo Amantes de Sumpa
 Visita al Morro
 Llegada a lugar de hospedaje
 Tiempo libre y fin del primer día
Segundo día
 Desayuno
 Visita a Museo de Real Alto
 Visita a Atahualpa
 Llegada a Salinas y Almuerzo
 Tiempo libre para esparcimiento
 Regreso a Guayaquil



* No incluye impuestos, ni entradas a museos

Costo de Tours (grupos de 20 personas)

	Hotel Calypso	Hotel Barceló Colón Miramar	Hotel Salinas Suites	Hotel El Carruaje	Hotel Punta Carnero	Hostal Francisco II	Paradero La Gloria
<i>Temporada Baja (de Mayo a Diciembre)</i>							
Alojamiento en Hab. Dobles	S/113.05	S/127.05	S/103.05	S/107.55	S/83.05	S/107.05	S/95.55
Alojamiento en Hab. Triples	S/116.38	S/127.05	S/99.71	S/103.05	S/83.05	S/103.38	S/91.38
Alojamiento en Hab. Cuadriples	S/113.05	S/127.05	S/96.80	S/102.05	S/83.05	S/101.30	S/89.30
<i>Temporada Alta (de diciembre a Abril)</i>							
Alojamiento en Hab. Dobles	S/119.05	S/149.05	S/105.55	S/112.05	S/83.05	S/110.55	S/98.05
Alojamiento en Hab. Triples	S/123.05	S/149.05	S/101.38	S/107.05	S/83.05	S/100.71	S/93.05
Alojamiento en Hab. Cuadriples	S/119.05	S/149.05	S/98.05	S/106.05	S/83.05	S/103.80	S/90.55

Transporte	S/250.00
Gastos administrativos	S/431.00
Imprevistos	S/180.00
Marketing y promoción	S/305.00
Utilidades	15.00%
Costo total del tour	S/1,340.90
Costo por PAX	67.05

Alimentación S/16.00* ya esta incluido en el cuadro de arriba

Plan 3: "Conociendo la Península"

Duración del Tour: 2 días

Recorrido: Guayaquil - Salinas - Guayaquil

Itinerario: *Primer Día*

Hacienda de cría de avestruces

Hacienda Santa Teresita

Almuerzo

Visita a Atahualpa

Baños de San Vicente

Llegada a Salinas y lugar de hospedaje

Tiempo libre en la playa

Segundo día

Desayuno

Visita a Museo Salinas Siglo XXI

Ruta del Sol con paradas en:

- Galería Nautica Farallón Dillon

- Museo y Acuario de Valdivia

- Iglesia de Colonche

- Santuario de Olón

Almuerzo

Regreso a Guayaquil



* No incluye impuestos, ni entradas a museos

Costo de Tours (grupos de 20 personas)

	Hotel Calypso	Hotel Barceló Colón Miramar	Hotel Salinas Suites	Hotel El Carruaje	Hotel Punta Carnero	Hostal Francisco II	Paradero La Gloria
<i>Temporada Baja (de Mayo a Diciembre)</i>							
Alojamiento en Hab. Dobles	S/46.00	S/76.00	S/36.00	S/40.50	S/16.00	S/40.00	S/28.50
Alojamiento en Hab. Triples	S/49.33	S/76.00	S/32.67	S/36.00	S/16.00	S/36.33	S/24.33
Alojamiento en Hab. Cuadriples	S/46.00	S/76.00	S/29.75	S/35.00	S/16.00	S/34.25	S/22.25

Temporada Alta (de diciembre a Abril)

Alojamiento en Hab. Dobles	S/52.00	S/98.00	S/38.50	S/45.00	S/16.00	S/43.50	S/31.00
Alojamiento en Hab. Triples	S/56.00	S/98.00	S/34.33	S/40.00	S/16.00	S/33.67	S/26.00
Alojamiento en Hab. Cuadriples	S/52.00	S/98.00	S/31.00	S/39.00	S/16.00	S/36.75	S/23.50

Transporte	S/250.00
Gastos administrativos	S/431.00
Imprevistos	S/180.00
Marketing y promoción	S/305.00
Utilidades	15.00%
Costo total del tour	S/1,340.90
Costo por PAX	S/67.05

<i>Alimentación</i>	<i>S/16.00</i>
---------------------	----------------

Ejemplo Práctico

Duración del Tour: 2 días

Recorrido: Guayaquil - Salinas - Guayaquil

Itinerario: *Primer día*

Salida de Guayaquil

- Visita a "Agroficial"
- Visita a Hacienda "La Pastora"
- Almuerzo en Paradero Turístico "El Tren"
- Alojamiento en hacienda del sector
- Visita a hacienda
- Tarde y noche libre para disfrutar de la hacienda
- Cena

Segundo día

- Desayuno con alimentos propios de la hacienda
- Viaje a Salinas
- Visita a Museo Salinas Siglo XXI
- Tiempo libre para esparcimiento y almuerzo
- Visita a Comuna Atahualpa
- Regreso a Guayaquil



* No incluye impuestos, ni entradas a museos

Costo de Tours (grupos de 20 personas)

	Costos Temporada Baja	Costos Temporada Alta
Transporte	S/250.00	S/250.00
Alojamiento	S/60.00	S/82.00
Alimentación	S/32.00	S/32.00
Gastos administrativos	S/431.00	S/431.00
Imprevistos	S/186.00	S/186.00
Marketing y promoción	S/305.00	S/305.00
Subtotal	S/1,264.00	S/1,286.00
Utilidades	15.00%	15.00%
Total de paquete	S/1,453.60	S/1,478.90
Cantidad max. de pax por tour	10	10
Costo por persona	S/145.36	S/147.89

ANEXO 8

Plan de Marketing.

En todas las fases del proyecto se mantiene una estrecha relación con las familias en las cuales deben ser mantener visitas periódicas para seguir con la evolución de la capacitación, implementación de las mejoras en las viviendas constatándose el esfuerzo, las dificultades y la ilusión puesta en el empeño.

Para poder llevar un control junto a cada familia se elaborará un Plan de Marketing individualizado a través del cual cada familia se hace protagonista en el control de la ejecución de su propio proyecto agroturístico, bajo la supervisión de una persona que llevará un control general de los proyectos en marcha

EJEMPLO:

FICHA PARA CONTROL DEL PLAN DE MARKETING:

COMUNA	: -Nombre de la hacienda-
LUGAR	: -Nombre de la población-
BENEFICIARIO	: -Nombre de los dueños de la hacienda-

ÍNDICE:

- 1° OBJETO.
- 2° PROMOTORES.
- 3° ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD Y SU ENTORNO:
 - 3.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.
 - 3.2 DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO
- 4° ANÁLISIS DE MERCADO:
 - 4.1 OFERTA.
 - 4.2 DEMANDA.
- 5° RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS:
 - 5.1. RECURSOS MATERIALES. INVERSIONES.
 - 5.2. RECURSOS HUMANOS.
- 6° MARKETING:
 - 6.1. POLÍTICA DE PRODUCTO SERVICIO.
 - 6.2. POLÍTICA DE PRECIOS.
 - 6.3. COMUNICACION.
 - 6.4. DISTRIBUCION.

Detalle del Índice:

1º OBJETO. (Objetivo del desarrollo del Agroturismo)

2º PROMOTORES.

En el agroturismo el rol protagonista y fundamental lo juega la familia que habita la zona, que interactúa con el entorno, que es conocedora y cuidadosa con la cultura y el medio ambiente. Es ella quien facilita el encuentro entre los visitantes y el medio natural, las costumbres, tradiciones y cultura del pueblo.

La familia como unidad económica es el principal elemento a potenciar junto al conocimiento de las labores agropecuarias y del medio natural en el que se inserta el agroturismo como una nueva unidad de negocio complementario para la explotación.

3º ANALISIS DE LA ACTIVIDAD Y SU ENTORNO:

3.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD.

La actividad a desarrollar se centra en la utilización del predio, la explotación agropecuaria y la vivienda familiar para ofertar a los visitantes los servicios de alojamiento, gastronomía típica y actividades de ocio, consolidando así el agroturismo como un nuevo rubro complementario a la explotación agropecuaria constituyendo una fuente importante de trabajo y aumentando el ingreso familiar.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO.

- Localización de la hacienda.
- Rutas de acceso. (Movilización)
- Duración del recorrido y costos de movilización.
- Entorno: Lugares de interés y descripción.

4º. ANÁLISIS DE MERCADO:

La hospitalidad en el medio rural ha sido siempre destacada y reconocida por su valor humano y cultural. Sin embargo, ese potencial número de plazas no ha sido potenciado formalmente ni declarado oficialmente por falta de conocimiento y motivación.

4.1. OFERTA.

Consideramos conveniente recoger la oferta general de alojamientos en el entorno más cercano, recopilando la siguiente información:

- Población más cercana (información a recabar)
- TARIFAS

Hoteles	Temporada (alta o baja)	SINGLE	DOBLE	TRIPLE	CUADRUPL.	QUINT. O +
Cabañas						
Hosterías						
Hostales						
Residencial						

4.2. DEMANDA.

Se refiere básicamente a lo que los turistas requieren. Los visitantes recorren en familia la comunidad utilizando principalmente movilización propia en busca de estos hermosos y tranquilos parajes.

5° RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS:

5.1. RECURSOS MATERIALES. INVERSIONES.

Inversiones necesarias:

Infraestructura	\$
Baño dentro de la vivienda	\$
Sistema agua caliente	\$
Equipamiento habitaciones	\$
Equipamiento comedor	\$
Equipamiento cocina	\$
TOTAL INVERSIÓN	\$

Ante las necesidades de inversión a realizar para efectuar las reformas se plantea la opción de utilizar recursos propios o acceder a los créditos. Sería bueno buscar las mejores opciones en el mercado y crear convenios para facilitar a los beneficiarios el acceso a créditos cómodos y así poder reformar su vivienda.

Financiamiento:

Propio	\$
Crédito	\$
Subsidio	\$

5.2. RECURSOS HUMANOS.

El modelo de gestión a utilizarse es participativo por lo que el grupo familiar como unidad productiva será el encargado de organizar, gestionar y administrar la actividad agroturística dentro del establecimiento, realizando en conjunto la distribución de las tareas específicas y asignación de responsabilidades.

6° MARKETING:

De cara a desarrollar el plan de Marketing se opta por elaborar un Plan de Marketing operacional, Marketing en acción basado en cuatro variables controladas por la compañía turística encargada, claro está que debe ser debidamente analizada por los

dueños de las haciendas: producto, precio, comercialización, comunicación

6.1. POLÍTICA DE PRODUCTO/SERVICIO.

La política de producto/servicio está orientada hacia la satisfacción total del cliente y se concreta en la interacción entre:

- El cliente, parte activa en la prestación de servicios.
- El soporte físico: vivienda, predio y entorno. Dichos elementos son un escaparate del servicio propuesto. De ahí la importancia de su cuidado y embellecimiento tendentes a facilitar la interacción entre el personal en contacto y el cliente, ayudando a suscitar las actitudes y comportamientos que condicionan la calidad del servicio.
- La familia: que se mantendrá en contacto directo con el cliente. Ella es la clave en cuanto que personifica el proyecto a ojos del visitante, máxime cuando una persona sólo desempeña afectivamente su función si realiza su trabajo de manera agradable y satisfactoria para el cliente.

6.2. POLÍTICA DE PRECIOS.

El precio sin ninguna duda debe estar de acuerdo con la flexibilidad de la demanda y la ejecución de la estrategia requiere una adaptación a las circunstancias del momento.

Básicamente el producto base, el alojamiento tiene un precio competitivo y atractivo, que sirve igualmente para atraer al cliente hacia otros productos extras con mayor contribución marginal (comidas extraordinarias, venta de productos artesanales, actividades complementarias de ocio)

6.3. COMUNICACIÓN.

La particularidad de la intervención del cliente en la prestación del servicio, hace que el marco físico y la comunicación personal adquiera gran importancia, máxime en una actividad donde “Todo comunica”.

De esta manera, se llevará una cuidadosa gestión de la comunicación que deberá estar basada en la coherencia y cuyo éxito dependerá en gran parte del interés, la voluntad y el empeño que pongamos.

Los sentidos juegan un papel importante en la comunicación del hombre con su entorno. De hecho cualquiera que sea el tipo de comunicación o mensaje, este deberá ser captado por uno de ellos.

El oído con el captamos las palabras y los sonidos ambientales:

- La palabra: Es el contacto verbal con otras personas. cada uno de sus aspectos, la claridad, el tono, el lenguaje utilizado. Llegado el caso, a través del teléfono, la voz es aún más importante porque deberá suplir la falta del componente visual y gestual que tiene el contacto cara a cara.
- Los sonidos ambientales: Los sonidos ambientales pueden ser agradables o desagradables. Ruidos de maquinaria, voces estridentes, músicas poco adecuadas, aparatos de radio, los ruidos que hacen otros clientes, todo afecta a la percepción de un ambiente.

- Los demás sentidos tales como el tacto, el olfato o el gusto también captan sensaciones que son importantes. El tacto de tapicerías y lencerías también influye en la percepción global del servicio, y como no el olor de las habitaciones o el procedente de la cocina.

Una habitación de puede oler limpio, reforzando aquello que los ojos ven; a poco ventilado, con lo cual se tiene la sensación de falta de limpieza y/o de falta de clientela... ¿asociada a una cierta falta de calidad, quizá? Ya nos asalta la duda... Si huele a humo, nos recordará que alguien ha usado anteriormente la habitación, cosa que todos sabemos, pero que no gusta recordar cuando entramos en ella.

Y, finalmente, el sabor de los alimentos, suave o fuerte, bueno o malo, dulce o salado. Es evidente que todo es cuestión de gustos, pero en un momento dado puede ser decisivo.

En definitiva, los sentidos captan múltiples señales e informaciones sirven para hacerse una imagen global y evaluar la calidad de los productos y servicios, lugares y personas.

Conscientes de la cantidad de información que se recogen con los sentidos y de cómo se asimila con otras ideas se prestara suma atención al detalle de los mismos.

Y por último, generar noticia positiva en los medios de comunicación mediante invitaciones para conocer y transmitir la nueva experiencia y vivencia conforman un amplio aunque nunca del todo suficiente marco de acciones de comunicación.

6.4. DISTRIBUCIÓN.

En el caso del Agroturismo, la “localización” es lo más importante ya que el punto de venta es el punto de prestación. En este caso el concepto de distribución pierde sentido siendo sustituido por el de localización.

De hecho la red de distribución se concreta en una red de venta de derechos de uso, de usar determinados servicios en un lugar y tiempo también determinado.

Son redes de reserva (contratación) y cobro por adelantado. De hecho venden promesas, la promesa de que el cliente recibirá el servicio contratado en el lugar y momento acordado.

La estrategia de distribución considerando la carencia de medios de comunicación directa con los alojamientos agroturísticos no puede ser otra que la directa, incorporando el soporte de centrales de información específica sobre el servicio.

Debido a la intangibilidad de los servicios y a la distancia física entre los alojamientos Agroturísticos y los clientes lo único que podemos comercializar son imágenes que se han de transmitir al público por medio de acciones de comunicación.

El objetivo de la campaña de comunicación será la de crear conocimiento de la oferta en el mercado e influir en el comportamiento de contratación.

Para ello se diseñará y distribuirán folletos por todo el país y fundamentalmente en centros de recepción, acogida e información de los grandes núcleos urbanos.

Igualmente, y con la misma folletería, se cubrirá el área total de la zona, garantizando el mayor porcentaje posible de acercamiento oferta-demanda. En este sentido, se suman las oficinas municipales de información, y lugares que son visitados sin excepción por un alto porcentaje de los visitantes.

Destacar a escala nacional, la referencia al proyecto en guías turísticas, caracterizada por su calidad e importante distribución. La misma garantiza la promoción del Agroturismo en general y en la península.

En el ámbito internacional, incorporar en páginas WEB la información correspondiente al Agroturismo, destacando el mismo con una ubicación privilegiada.

No debemos olvidar, sino que por el contrario destacar, la importante labor de comunicación que la propia familia desarrolla en su entorno más cercano, creando su propia red de comunicación en su entorno (postas, carabineros, escuelas, iglesias, comercio, servicios de transporte, vecindario...).

Las actividades a cargo de los promotores con respecto a la difusión y promoción del servicio agroturístico están dirigidas a comunicar la oferta a nivel local, específicamente:

Folletos y afiches distribuidos en:

- Oficinas de información turística.
- Negocios de amigos
- Empresas relacionadas con la actividad

Letreros que serán ubicados en puntos estratégicos.

BIBLIOGRAFÍA

1. “Desarrollo Social y Gestión Municipal en el Ecuador: Jerarquización y Tipología” – Infoplan/Codeplan/Cosude – 1998.
2. “Guía Completa de la Salud Familiar”, Editorial Planeta, Libro 3, 1985, 2da. Reimpresión (Colombia) 1991.
3. AGUILAR Olga, “Cultura de Servicio al Cliente”, Seminario 2000.
4. BANCO CENTRAL DE ECUADOR, Datos estadísticos obtenido a través de internet.
5. CARREÑO Manuel, “Manual de Urbanidad y Buenas Maneras”, Editorial América, 4ta. Edición 1985.
6. CEDEGÉ, Material didáctico y realización de actividades de campo.
7. <http://veterinaria.unex.es/Programa/BioloPgm.htm>
8. http://www.aedave.es/publico/informes_esp/medio_ambiente/productos.htm

9. <http://www.agromundo.com/agroturismo>
10. <http://www.agrotur.com/castilla>
11. <http://www.agroturismo.com>
12. <http://www.agroturismo.net/agroturismo.htm>
13. <http://www.agroturismo.org>
14. <http://www.bec.fin.ec>
15. <http://www.contodos.com>
16. <http://www.copant.org/public/ct/ct149.htm>
17. <http://www.corpei.org/español/ecuador>
18. <http://www.corpei.org/español/indez.htm>
19. <http://www.ctu.es/LOPEDEVEGA>
20. <http://www.eduned.net/cedtarh/index.htm>
21. <http://www.eiart.cl/tecnotour>
22. <http://www.encomix.es/nekazal> (e-mail: nekazal@encomix.es)
23. <http://www.escuelas.udelmar.cl/escuelas/agronomia>
24. <http://www.esfq.edu.ec>
25. <http://www.espol.edu.ec>
26. <http://www.exploringecuador.com/turismo>
27. <http://www.fia.cl/agrot/agrot2.html>.
28. <http://www.fia.cl/agrot/agrot8.htm>.
29. <http://www.icbs.pucminas.br/graduacao/biologicas/discilinas>
30. <http://www.iso.ch/>
31. <http://www.mercotour.com>

32. <http://www.metabase.net/docs/int/01075.html>
33. <http://www.msve.edu/msve/imp/modtd/mastertd.html>
34. <http://www.public.iastate.edu/-iazelaya/zamorano.html>
35. <http://www.puce.edu.ec>
36. <http://www.ruraltour.com/diccionario/indez.html>
37. <http://www.senacauca.edu.co/turs.html>
38. <http://www.sica.gov.ec>
39. <http://www.tenerifecalidadturistica.com/ie/default.htm>
40. <http://www.turismoguayas.com>
41. <http://www.ucsg.edu.ec>
42. <http://www.ugr.es/~decacien/bio.htm/web/icbiologia/temarios/6621131.htm>
43. <http://www.usek.es/Facultades/Biologia/Plan%20Nuevo/CitologiaVegAnimal.htm>
44. <http://www.ute.edu.ec>
45. INEC, "Ecuador: Proyecciones de Población por provincias, cantones, áreas, sexo y grupo de edad", datos estadísticos, 1990 / 2000.
46. INEC, "Informe sobre los servicios Básicos en el Campo", datos estadísticos, Nov. 1993
47. LEY de Fomento y Desarrollo Agropecuario, obtenida a través de Internet.
48. LEY Especial de Desarrollo Turístico, obtenida a través de Internet.
49. MINISTERIO DE TURISMO, Datos estadísticos, 1993 al 1997.
50. POLÍTICAS Básicas de Medio Ambiente y Disposiciones relativas a la Protección de Bosques y Manglares.

51. PROYECTO CHILOÉ, realizado por la Red de Agroturismo de España y la República de Chile, obtenido en internet, 1999.
52. SCHMIDT Eduardo, "Ética y Negocios para América Latina", Universidad del Pacífico-Lima.
53. SCHMIDT Eduardo, "Moralización a Fondo", Universidad del Pacífico-Lima. a Aguilar, 2000.
54. sernatur@ctc-mundo.net
55. VALLEJO, Silvana, "Perfil del Sector Agropecuario Ecuatoriano 2002", especialista en políticas, comercio y agronegocios IICA-Ecuador