



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

TÍTULO DE TESIS:

**ESTUDIO DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA ZONA RURAL
DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO DEL CANTÓN
MILAGRO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL
AGROTURISMO.**

Autoras: Solís León Diana Lissette

González Hernández Juliana Elizabeth

TUTOR:

Lcdo. Loor Briones Walter

Milagro, junio 2016

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las estudiantes **González Hernández Juliana Elizabeth** y **Solis León Diana Lissette**, para optar al título de **Licenciadas en Turismo** y que, aceptando el tutorial a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Mayo 20 del 2016



Lcdo. Walter Loo Briones

C.I. 090728509-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contienen material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional o Extranjera.

Milagro, Mayo 20 del 2016

Juliana González

González Hernández Juliana Elizabeth

C.I 092418371-8

Diana Solís León

Solís León Diana Lissette.

C.I 0940819253

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Licenciada(s) en Turismo otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	_____
DEFENSA ORAL	_____
TOTAL	_____
EQUIVALENTE	_____



NOMBRE PRESIDENTE
DEL TRIBUNAL



NOMBRE PROFESOR
DELEGADO



NOMBRE PROFESOR
SECRETARIO

DEDICATORIA

El presente proyecto de grado, lo dedico de manera especial al pilar fundamental en mi vida y me enseñó que siempre encontrare retos que los puedo alcanzar con sacrificio, dedicación y empeño. Sin lugar a duda mis preciosas madres Lcda. Sandra Hernández Álvarez y desde el cielo mi bello ángel mami Hilda, porque están a mi lado para verme ahora realizada como una profesional siguiendo sus sabios consejos, los valores y principios, el carácter y el empeño que hace formar un profesional en todos los ámbitos que en la vida se presenten.

Juliana Elizabeth González Hernández

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo esta principalmente dedicado al Dios, ya que él es el motor de mi vida, fortalece mi corazón e ilumina mi mente, también por darme la oportunidad de conocer aquellas personas que han sido de mucho apoyo a lo largo de mi carrera universitaria.

A mis padres por brindarme su apoyo moral e incondicional para salir adelante y alcanzar mis metas propuestas hasta hoy, por su compañía y buenos consejos en mi vida personal y profesional, ya que gracias a ellos he llegado hasta donde estoy cumpliendo uno de los sueños anhelados.

Diana Lissette Solís León

AGRADECIMIENTO

Antes de empezar con el desarrollo del tema en este proyecto de grado, previo a la obtención del título profesional universitario voy hacer un breve análisis del esfuerzo empleado por mis maestros docentes en la etapa de estudio y a la vez mis agradecimientos y consideración en transmitirnos sus sabios conocimientos lograron inculcar en nosotros los mejores valores que puede poseer un profesional del área de Turismo, perseverancia, responsabilidad y auto exigencia.

Agradecer a Dios, padre celestial, dueño de mi vida y motivación espiritual en cada uno de mis logros, sin duda alguna no habría conseguido la suficiente fuerza intangible del hombre a lo largo de este camino académico, en donde he cumplido una meta más de gran importancia en mi vida el ámbito profesional.

A mi compañera de tesis Diana Lissette Solís León por ser parte esencial en el cumplimiento de esta meta académica, por su sincera amistad, dedicación y empeño durante nuestros años universitarios y además en la elaboración del proyecto.

Juliana Elizabeth González Hernández

AGRADECIMIENTO

En especial a Dios brindarme la oportunidad de vida, por darme fuerzas para seguir mis sueños y por siempre estar a mi lado en buenos y malos momentos, y por darme la dicha de tener a mis padres a mi lado.

Agradezco a mis padres por inculcarme valores morales, ética y humildad, ya que en eso está la esencia de la vida, brindarme su apoyo y fortaleza para salir adelante, y solo con un poco de esfuerzo y dedicación he logrado culminar mi carrera con éxito.

A mi compañera de tesis Juliana González por su amistad, apoyo, paciencia y dedicación necesaria durante toda nuestra carrera y en la elaboración del presente trabajo investigativo.

Diana Lissette Solís León

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejo, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos de Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "ESTUDIO DE LA GASTRONOMIA TIPICA DE LA ZONA RURAL DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO DEL CANTON MILAGRO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL AGROTURISMO." y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Mayo 20 del 2016

González Hernández Juliána Elizabeth.

C.I 092418371-8

Solís León Diana Lissette.

C.I 0940819253

ÍNDICE GENERAL

Página de caratula o portada	
Aceptación del Tutor	ii
Declaración de Autoría de la Investigación	iii
Certificación de la Defensa	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Cesión de Derechos de Autor	ix
Índice General	x
Índice de Cuadros	xii
Índice de Figuras	xv
Resumen	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Problematización	3
1.1.2 Delimitación del problema.	4
1.1.3 Formulación del problema	5
1.1.4 Sistematización del problema.	5
1.1.5 Determinación del tema.	5
1.2 Objetivos.	6
1.2.1 Objetivo general.	6
1.2.2 Objetivos específicos.	6
1.3 JUSTIFICACIÓN.	6
CAPÍTULO II	
MARCO REFERENCIAL	8
2.1 Marco teórico	8
2.1.1 Antecedentes Históricos	8
2.1.2 Antecedentes Referenciales	11
2.1.3 Fundamentaciones	14
2.1.3.1 Fundamentación Teórica	14
2.1.3.2 Fundamentación Sociológica	21
2.1.3.2 Fundamentación Pedagógica	23

2.1.3.4 Fundamentación Psicológica	25
2.2 MARCO LEGAL	26
2.3 MARCO CONCEPTUAL	28
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	30
2.4.1 Hipótesis General	30
2.4.2 Hipótesis Particulares	30
2.4.3 Declaración de variables	31
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	35
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	35
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	36
3.2.1 Características de la población	36
3.2.2 Delimitación de la población	36
3.2.3 Tipo de muestra	37
3.2.4 Tamaño de la muestra	37
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	38
3.3.1 Método Teórico	38
3.3.2 Método Empírico	38
3.3.3 Técnicas e Instrumentos	39
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	39
CAPÍTULO IV	
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	40
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	56
4.3 RESULTADOS	56
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	58
CAPÍTULO V	
5.1 TEMA	60
5.2 FUNDAMENTACIÓN	60
5.3 JUSTIFICACIÓN	61
5.4 OBJETIVOS	63
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	63

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta	
5.5 UBICACIÓN	63
5.6 FACTIBILIDAD	64
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	65
5.7.1 Actividades	77
5.7.2 Recursos, Análisis Financieros	77
5.7.3 Impacto	78
5.7.4 Cronograma	79
5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta	79
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	87

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Operacionalización de las variables de la Hipótesis General	32
Cuadro 2	Operacionalización de las variables de la Hipótesis Particular 1	32
Cuadro 3	Operacionalización de las variables de la Hipótesis Particular 2	33
Cuadro 4	Operacionalización de las variables de la Hipótesis Particular 3	33
Cuadro 5	Operacionalización de las variables de la Hipótesis Particular 4	34
Cuadro 6	Conoce de la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo	41
Cuadro 7	Opinión sobre la gastronomía típica y el desarrollo del agroturismo	42
Cuadro 8	Opinión de la importancia de utilizar los productos agrícolas de esa zona para fortalecer su gastronomía	43
Cuadro 9	Opinión sobre la promoción del turismo gastronómico y la demanda de los turistas.	44
Cuadro 10	Opinión sobre el turismo gastronómico y el desarrollo turístico el sector.	45
Cuadro 11	Opinión de la inadecuada promoción del turismo gastronómico.	46
Cuadro 12	Opinión del rescate de los platos tradicionales	47
Cuadro 13	Opinión de la zona y las actividades de agroturismo.	48
Cuadro 14	Opinión sobre descuido del GAD por invertir en proyectos Agroturísticos	49
Cuadro 15	Opinión sobre la participación de GAD y el desarrollo del turismo local.	50
Cuadro 16	Opinión sobre las capacitaciones de emprendimiento en el sector.	51
Cuadro 17	Opinión sobre los proyectos de emprendimiento para el desarrollo socioeconómico del sector.	52
Cuadro 18	Verificación de las Hipótesis	58
Cuadro 19	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	69
Cuadro 20	Plan de promoción y difusión Gastronómica	71
Cuadro 21	Medios de difusión	72
Cuadro 22	Publicidad Visual	72
Cuadro 23	Material Publicitario	73
Cuadro 24	Costo de difusión	74
Cuadro 25	Capacitación para emprendimientos turísticos	75
Cuadro 26	Temas para el programa de capacitación	76

Cuadro 27	Análisis de costos	77
Cuadro 28	Cronograma	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Conoce de la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo	41
Figura 2	Opinión sobre la gastronomía típica y el desarrollo del agroturismo	42
Figura 3	Opinión de la importancia de utilizar los productos agrícolas de esa zona para fortalecer su gastronomía	43
Figura 4	Opinión sobre la promoción del turismo gastronómico y la demanda de los turistas.	44
Figura 5	Opinión sobre el turismo gastronómico y el desarrollo turístico el sector.	45
Figura 6	Opinión de la inadecuada promoción del turismo gastronómico.	46
Figura 7	Opinión del rescate de los platos tradicionales	47
Figura 8	Opinión de la zona y las actividades de agroturismo.	48
Figura 9	Opinión sobre descuido del GAD por invertir en proyectos Agroturísticos	49
Figura 10	Opinión sobre la participación de GAD y el desarrollo del turismo local.	50
Figura 11	Opinión sobre las capacitaciones de emprendimiento en el sector.	51
Figura 12	Opinión sobre los proyectos de emprendimiento para el desarrollo socioeconómico del sector.	52
Figura 13	Ubicación geográfica de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro	64
Figura 14	Logo de difusión del Agroturismo & Gastronomía en la Parroquia Roberto Astudillo	66
Figura 15	Modelo de Gestión en Puntos específicos	67
Figura 16	Valores de la propuesta	68
Figura 17	Creación de la marca	71
Figura 18	Promoción de talleres de Capacitación	73
Figura 19	Díptico promocional de los lugares gastronómicos	74

RESUMEN

En el siguiente trabajo de investigación que se presenta a continuación se lo realizó en la Parroquia Rural Roberto Astudillo perteneciente al cantón San Francisco de Milagro de la provincia del Guayas, en lo cual se lo hizo pensando en resaltar su belleza natural y gastronomía que tienen escondida, Milagro puede ofrecer a sus turistas varias actividades que despierten el interés tanto de nacionales como extranjeros, generando así nuevas experiencias y vivencias al interactuar directamente con los recursos naturales y agrícolas de esta zona. La ciudad de San Francisco de Milagro, cuenta con los recursos agrícolas necesarios para resaltar la gastronomía típica de la zona para hacer de esta un atractivo turístico practicando así la modalidad del turismo como un avance al desarrollo social y económico del sector, aumentando las plazas de empleo y mejorando la calidad de vida de cada uno de sus participantes. La información obtenida se la proceso, analizo e interpreto de manera que nos permitió la Creación de un circuito agroturístico en la Parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro para impulsar la gastronomía típica y contribuir al desarrollo orientando así a los miembros de varias asociaciones agrícolas y a sus interesados; capacitándolos con conocimientos y técnicas básicas dentro del ámbito turístico para así mejorar la calidad del servicio.

Palabras claves: Gastronomía, Agroturismo, Calidad de servicio, recursos naturales, Desarrollo socioeconómico.

ABSTRACT

The following research work presented below was performed in the Rural Parish Roberto Astudillo belonging to the canton San Francisco de Milagro of the province of Guayas, in which it was planning to highlight its natural beauty and gastronomy are hidden. Miracle can offer its tourists various activities that arouse the interest of both domestic and foreign, thus generating new experiences and experiences by interacting directly with the natural and agricultural resources of this area. The city of San Francisco de Milagro, has agricultural resources necessary to highlight the typical cuisine of the area to make this a tourist attraction and practicing the form of tourism as an advance the social and economic development of the sector, increasing spaces employment and improving the quality of life of each of its participants. The information obtained is the process, analyze and interpret so that allowed us the creation of a agritourism circuit in the Parish Roberto Astudillo Canton Milagro to boost local cuisine and contribute to the development and guiding members of various agricultural associations and their stakeholders ; empowering them with basic knowledge and skills in the tourism sector to improve the quality of service.

Keywords: Food, Farmhouse, service quality, natural resources, socio-economic development.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo investigativo se enfoca en analizar la importancia que tiene la Gastronomía Típica que posee la Zona Rural de la Parroquia Roberto Astudillo perteneciente al cantón Milagro, considerándose éste como un factor incidente en el desarrollo del agroturismo, de ahí que las estrategias utilizadas para dinamizar la parte turística en este sector deben ser relevantes, cuya finalidad específica implica dinamizar la economía y proveer de la infraestructura turística para acoger a las personas que desean disfrutar de la diversidad de platos que forma parte de la tradición de esta población.

Sin lugar a dudas la gastronomía típica constituye una expresión cultural, una tradición viva de los sabores ancestrales que identifican a un pueblo, por ello deben ser rescatados y transmitidos a toda la colectividad con la finalidad que perduren por siempre y no lleguen a perderse en el tiempo.

Uno de los objetivos principales de la investigación se establece en la evaluación de la gastronomía típica que posee la parroquia, la misma que debe ser fortalecida para fomentar el desarrollo del agroturismo, más aún si ésta forma parte de diversos programas de aporte social y turísticos de organismos estatales, como lo es el caso de la Prefectura del Guayas, ente encargado de difundir este tipo de actividad socioeconómica en favor de los sectores potencialmente turísticos, es decir que la mejora en su infraestructura, sea esta vial, como de recepción y difusión gastronómica debe ser fortalecida.

La metodología utilizada para el levantamiento de información se basó en una investigación de campo, la misma que permitió una revisión de la zona, así como el diálogo directo con los dueños de diversos sectores Agroturísticos que posee la parroquia, quienes centran sus perspectivas en la venida de nuevos días de productividad por medio de la visita de turistas interesados en la diversidad gastronómica, así como su difusión cultural.

La investigación se encuentra estructurada por capítulos, entre los que se encuentran:

Capítulo I: se enmarca en la identificación directa de la problemática a ser estudiada, así como los efectos que generan las causas establecidas dentro del planteamiento del problema, relacionando las necesidades fortalecer el desarrollo del Agroturismo por medio de la diversidad gastronómica de la Parroquia.

Capítulo II: se enfoca en el sustento científico, lo que implica la necesidad de revisar textos investigaciones previas, así como información relevante que permita la conceptualización del agroturismo, así como la importancia que tiene la difusión gastronómica de los pueblos.

Capítulo III: Contiene el diseño de la investigación, la metodología aplicada, así como los diversos tipos de investigación que permitieron determinar el enfoque del estudio. De la misma forma, se presentan los instrumentos investigativos que permitieron la recopilación de datos, las características de la población, el tipo de muestra y el proceso de selección y presentación de datos.

Capítulo IV: Hace referencia a la situación actual en la que se encuentra la problemática dentro del desarrollo agroturístico, el análisis, tendencias y perspectiva encontradas, los resultados obtenidos y la respectiva verificación de las hipótesis.

Capítulo V: Contiene la propuesta cuya enfoque se encuentra basado en el diseño de talleres que permita a los habitantes de la parroquia fortalecer el desarrollo del Agroturismo del sector a través de la difusión de su gastronomía típica.

CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

En el Ecuador la gastronomía tradicional, como buena cocina criolla es poco valorada y mal servida. Se puede observar también que los habitantes de las zonas rurales de nuestro país, desconocen el beneficio de aprovechar su habitud natural para mezclarlo con turismo y gastronomía, generando así nuevos ingresos y oportunidades para emprender estas actividades que tiene relación directa con la planta turística como por ejemplo visualizar la elaboración del chocolate artesanal, degustar de la comida típica, participar en todas las actividades, todo ello harán satisfacer las necesidades de un visitante obteniendo un desarrollo social y económico de la familia agricultora participante.

La poca variedad de la gastronomía típica del sector y la falta de información del sector hacen de esta zona algo desconocible para el turista por ende ha provocado el poco interés de sus habitantes de sus alrededores en ello se ha visto la necesidad de ser involucrados a todo el grupo participante convirtiéndolos en nuevos emprendedores de esta actividad convertida en turística para esta región productiva del cantón.

El concepto básico del turismo muchos de los habitantes del sector ha sido conceptualizada de una manera errónea y poco llamativa porque se basa en conceptos de gastos exorbitantes sin tener la habilidad de contar con sus propios recursos naturales que se convertirán en una fuente socioeconómica para ellos.

Por otra parte, se evidencia el desinterés de las autoridades de turno con respecto al área turística, gastronómica y agrícola del sector, sin darse cuenta que esto afecta directamente a la producción turística del sector, porque no cuentan con vías en perfecto estado que permitan la afluencia de las personas que deseen conocer y degustar de todo lo que puede ofrecer esta zona y sus alrededores además produce esto un malestar e inconformidad en ser partícipes del cambio al desarrollo económico a través del turismo y la gastronomía.

Es así que esto genera el desinterés por explotar la riqueza que tiene esta región dándole el desconocimiento de realizar proyectos de emprendimientos turísticos y gastronómicos de los habitantes de este sector, perdiendo así la identidad regional de la parroquia Roberto Astudillo que no solo con lleva un nombre sino las riquezas de su producción agrícola de su gente cálida y generosa que conoce el desarrollo socioeconómico con el fin de proveer ingresos adicionales a sus habitantes fomentándolo como una potencia turística del cantón.

PRONÓSTICO

Si no se efectúan proyectos para el desarrollo turístico de la zona rural resaltando su gastronomía y el agroturismo, los habitantes de la parroquia no podrán gozar de un desarrollo socioeconómico y el sector seguirá en decadencia con el turismo.

CONTROL DE PRONÓSTICO

Es primordial contar con el apoyo de los habitantes de la zona rural de la parroquia ya que son ellos los llamados a involucrarse en el turismo principalmente los propietarios de restaurantes, fincas y haciendas, que aportan al desarrollo sostenible de este sector.

1.1.2 Delimitación el Problema

Campo de Acción: Modelos de desarrollo local y empresarial ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad

Área: Gastronomía, Agricultura Producción agropecuaria, Agronomía, Ganadería, Horticultura y Jardinería.

Aspectos: Agroturismo.

Espacio: Parroquia Roberto Astudillo, Provincia del Guayas.

Tiempo: 5 meses.

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera la Gastronomía Típica incide en el desarrollo del agroturismo de la Parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

¿En qué medida la escasa difusión de la gastronomía típica que posee la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro incide en el ausentismo de visitantes?

¿Cómo afecta la carencia de promoción del turismo gastronómico en el desarrollo del agroturismo de la Parroquia Roberto Astudillo?

¿Qué efecto tiene el escaso interés de las autoridades para fortalecer el desarrollo del Agroturismo en el dinamismo de la economía de la parroquia Roberto Astudillo?

¿De forma el escaso conocimiento sobre proyectos de emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos por parte de la población limita la difusión gastronómica típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo?

1.1.5 Determinación del Tema

Estudio de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo cantón Milagro y su incidencia en el desarrollo del agroturismo.

1.2 OBJETIVOS

1.1.2 Objetivo general de la investigación

Demostrar la importancia que tiene la correcta difusión de la Gastronomía Típica que posee la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro mediante la realización de talleres que permita a sus habitantes fortalecer el desarrollo de Agroturismo en el sector.

1.2.2 Objetivos Específicos de la investigación

Analizar en qué medida la escasa difusión de la gastronomía típica que posee la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro incide en el ausentismo de visitantes.

Identificar cómo afecta la carencia de promoción del turismo gastronómico en el desarrollo del agroturismo de la Parroquia Roberto Astudillo.

Diagnosticar el efecto que tiene el escaso interés de las autoridades para fortalecer el desarrollo del Agroturismo en el dinamismo de la economía de la parroquia Roberto Astudillo.

Reconocer de qué forma el escaso conocimiento sobre proyectos de emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos por parte de la población limita la difusión gastronómica típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

La parroquia Roberto Astudillo perteneciente al cantón Milagro cuenta con un mercado altamente productivo en el sector agrícola, donde se destaca favorablemente cada uno de los cultivos como son las plantaciones de cacao, banano, café, caña de azúcar y piña, resaltando también su exuberante vegetación y belleza paisajística, donde se indica que la parroquia y principalmente su zona rural es la adecuada para llevar a cabo esta investigación.

En la actualidad la parroquia Roberto Astudillo no oferta productos turísticos que despierten el interés de un consumidor, ya sea nacional o extranjero que anhelan vivir una experiencia diferente en un entorno natural, conociendo y degustando un poco más de la gastronomía típica de la zona, ya que existen personas que habitan en las grandes ciudades que desean vivir momentos placenteros en unión de familia o amigos, es ahí donde se origina la necesidad de encontrar un lugar con estas características y que ofrezcan este tipo de servicios.

La importancia de este trabajo de investigación es obtener información de la variedad de la gastronomía típica que puede ofrecer este sector y que incidencia tiene en el desarrollo del agroturismo y a través de esta se pueden desarrollar nuevas alternativas de turismo donde los visitantes no solo disfruten de los platos típicos ofrecidos, sino también conozcan un poco más de los productos cultivados en esta zona.

Por medio de este proyecto investigativo se pretende beneficiar tanto a las personas que se dedican a la restauración, como también a los agricultores que ofrezcan agroturismo, generando así nuevas plazas de empleo, mejorando la calidad de vida de los participantes y obteniendo un desarrollo socioeconómico en el sector, cumpliendo también con uno de los objetivos del Plan del Buen Vivir.

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Breve Historia del Turismo: desde el Gran Tour al Eco-Turismo

Una particularidad de los procesos de globalización, es que se torna más fácil la movilización de un país a otro. Los movimientos cada vez acercan más a los habitantes del planeta, constituyéndose esto como un ingrediente importante para la tan anhelada aldea global.

Dicho fenómeno tuvo su máximo esplendor a finales del pasado siglo, manifestándose en varios aspectos como el económico y las comunicaciones, iniciando una serie de procesos comunes. El intercambio de descubrimientos tecnológicos y científicos por recursos naturales y la mano de obra a menor costo, estableció los esquemas de cooperación, en varios casos llevando el desarrollo y la ayuda para los más necesitados y débiles.

Pr5ecisamente fue con el progreso de la globalización, que el turismo se situó como una actividad prioritaria a nivel mundial, hacia finales del siglo XX y a principios del XXI.

El aspecto principal del turismo moderno es el Gran Tour:

Se denominó El Grand Tour a un recorrido que se realizaba por Europa y que tuvo un gran auge a mediados del siglo XVII, que puede ser considerado como el antecesor del turismo moderno. Este viaje es reconocido sobre todo a través de la literatura inglesa. Se hizo muy popular en los jóvenes británicos de clase media/alta, tomando en cuenta que servía como una etapa educativa y de esparcimiento, Previo a la edad adulta y el matrimonio. Aunque los ingleses no

fueron los únicos que realizaban este viaje, dado que los jóvenes con buena posición económica de España, Holanda o Alemania Lo realizaban también.

El Grand Tour tenía una duración de varios meses, incluso hasta años. El recorrido era muy variado, aunque generalmente era considerada como obligatoria la visita a Italia y Francia. El recorrido por Italia se encontraba influenciado por el helenista Winckelmann, el padre de la arqueología y la Historia del arte. Se visitaba típicamente Milán, Nápoles, Turín, Roma, Venecia y Florencia.

Este tipo de itinerarios exponen una gran similitud con el turismo cultural o con las becas de estudio en el extranjero, Además, siglos posteriores, aun se siguen realizando anotaciones con rutas, curiosidades o recomendaciones como lo muestran la cantidad de blogs dedicados a estas actividades. El turismo ambiental no se limita solamente a regiones inexploradas o con pocos cambios, además aplica para regiones de alto desarrollo.

¿Qué se entiende por comunidad y donde surge lo comunitario?

El concepto de comunidad se encuentra definido como la agrupación de personas que trabajan en busca de un objetivo o beneficio en común. Según este pensamiento, la comunidad se encuentra basada en dos fundamentos reforzadores de las relaciones: brindan lazos de afecto que transforman a grupos de personas en entidades sociales semejantes a familias amplias y transmiten una cultura moral compartida: conjunto de significados y valores sociales compartidos que caracterizan lo que la comunidad considera virtuoso frente a lo que es considerado un comportamiento inaceptable y que es transmitido por generaciones.

En tal sentido, la comunidad no es meramente asimilable a un conjunto de personas que habitan en un punto geográfico en común. En su lugar, la comunidad emerge cuando un objetivo común, reafirmado por interpretaciones y valores sociales compartidos, genera un relacionamiento y una dinámica positiva entre las personas.

Efectos económicos directos

Los efectos directos en los puestos de trabajo y en los ingresos se generan por medio de:

- El trabajo dependiente (salarios).
- La actividad empresarial independiente (ganancia)

Los puestos de trabajo directos en el turismo son logrados a través de, el hospedaje, la gastronomía, así como de otros servicios (programas) en la región destinataria. De forma general puede decirse que el turismo es, en comparación con los demás sectores económicos modernos y tomando en cuenta su volumen de inversión, relativamente intensivo en puestos de trabajo.

Efectos económicos indirectos

Aún más importantes en los ingresos que el turismo produce, son los efectos indirectos de ingresos, que por su parte están compuestos de ganancias y salarios. Los cuales se producen debido, por una parte, a que las compañías turísticas deben comprar servicios y bienes (prestaciones de otros proveedores no turísticos) y por otra parte, a través del desembolso de los ingresos directos en los gastos domésticos como bienes de consumo, servicio y parcialmente, en inversiones.

Por medio de esto de origina la multiplicación de los efectos en el ingreso y en los puestos de trabajo, además en los sectores no turísticos que se puede denominar efecto multiplicador.

La gastronomía típica en el Ecuador

Como gran parte de las cocinas de los diferentes países, La del Ecuador se encuentra formada por la influencia de otras culturas que llegaron al país en la época de la conquista en los siglos XIX y XX. Las costumbres alimenticias de nuestros ancestros indígenas se vieron combinadas a raíz de la conquista con andaluces, aragoneses y valencianos quienes impusieron sobre los indígenas sus costumbres como el ganado vacuno por hacer mención a una de estas.

La variación de los platos y su influencia en las mesas de los ecuatorianos depende de la zona de la cual provenga, así como también de los recursos naturales que esta disponga, los cuales pueden ser pobres o abundantes en la región, además de los múltiples climas o del desarrollo social desigual, los cuales pueden hacer repercusión en el crecimiento de la cocina propia.

Historia de la Parroquia Roberto Astudillo

Roberto Astudillo es un Parroquia del Cantón Milagro, Provincia del Guayas, En el Ecuador se encuentra situada entre Milagro y Naranjito, y su parroquialización fue publicada el 14 de septiembre de 1973. Lleva este nombre por el mártir milagreño Roberto Astudillo Valverde, el cual nació el 7 de junio de 1885 y murió el 28 de julio de 1904 defendiendo la heredad territorial en el oriente en el puesto militar de avanzada de Torres Causana durante un conflicto bélico con el Perú (GAD Roberto Astudillo, 2015)

Esta parroquia se encuentra caracterizada por la diversidad de cultivos de cacao, piña banano y especialmente por el cultivo de plantas ornamentales en los viveros, lo cual le ha permitido convertirse en generadora de riqueza, a lo cual se le suma el movimiento migrante el cual se dio una década atrás.

Sus Límites

Por el norte: dicha parroquia limita con el Rio Milagro.

Por el sur: Limita con el Rio Chimbo de la parroquia Boliche del cantón Yaguachi.

Por el este: Limita con el cantón Naranjito

Por el oeste: Limita con la parroquia Milagro.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Tema: Gastronomía Ecuatoriana

Autores: Escobar Donoso Lizeth, Pérez Molina Pamela

Institución: Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Año: 2012

Resumen:

El Ecuador posee una abundante, variada y riquísima cultura gastronómica, comida auténtica y mestiza. Una cocina con tradición de siglos en la cual se han fundido o cocido sustancias con condimentos y experiencias del propio y lejano continente. La gastronomía del Ecuador es una variada manera de preparar platos, la cual se encuentra enriquecida por las aportaciones de las diferentes regiones que componen al país.

En base a las regiones naturales del país, se sub-dividen en distintos platos típicos y principales ingredientes. La cocina ecuatoriana se encuentra influida fuertemente a lo largo de la historia por los pueblos que conquistaron su territorio. Situación que ha proporcionado una gran variedad de ingredientes y técnicas culinarias. Esta investigación tiene por objetivo general, conocer a fondo la historia de la gastronomía ecuatoriana y la influencia que ejerce en la sociedad y al aporte cultural que ha brindado a la identidad del país, mediante un trabajo investigativo trata de destacar la producción pecuaria y agraria, la cual ha permitido obtener la tan famosa y reconocida diversidad que se tiene en la cocina ecuatoriana. (Escobar Donoso & Pérez Molina, 2012)

Tema: Valoración gastronómica Luciana y propuesta: Recetario gastronómico del Cantón Santa Lucía, "Guayas-Ecuador"

Autores: Velíz Aguirre, Gustavo Jimmy

Institución: Universidad de Guayaquil

Año: 2015

Resumen:

El turismo es una actividad que se desarrolla a nivel de todo el país, actividad que en muchas zonas del Ecuador es considerada como una fuente de desarrollo económico de manera especial por la actividad gastronómica generando ingresos para los pobladores de la zona y para el país.

En la documentación de esta investigación se realizaron encuestas a los dueños de restaurantes y vendedores informales, además de entrevistas a las autoridades del Cantón, con la finalidad de conocer la calidad y la variedad de los productos y platos típicos que se ofrecen en el cantón.

Dicha investigación tiene por objetivo la elaboración de un recetario gastronómico, el cual facilitaría a los turistas el encuentro efectivo y rápido de los lugares de expendio de platos típicos y tradicionales para de esta forma rescatar los valores de la comida ancestral del cantón. (Aguirre & Jimmy, 2015)

Tema: Diseño de una ruta gastronómica de los cantones Durán-Yaguachi para el desarrollo del turismo en la provincia del Guayas

Autora: Bravo Suárez Jessenia Maribel

Institución: Universidad de Guayaquil

Año: 2016

Resumen:

Actualmente el diseño de las rutas gastronómicas han tomado una mayor importancia en la planificación de los productos turísticos, para la promoción de múltiples servicios integrados en un solo lugar, lo cual ha fomentado el desarrollo socioeconómico de las ciudades que se han visto involucradas. Los cantones de la Región Costa son reconocidos por los turistas como lugares que brindan una deliciosa y variada gastronomía, que inclusive poseen atractivos culturales como las tradiciones y las fiestas. Este proyecto de investigación realiza la propuesta de una ruta gastronómica en la cual se difundan los platos típicos, así como las tradiciones culturales, impulsando de esta manera el turismo sostenible por medio de actividades amigables con el medio ambiente. (Bravo Suárez, 2016)

La revisión de los trabajos realizados con antelación permite la comparación directa del aporte que pretende brindar la propuesta investigativa orientada a fortalecer el desarrollo del Agroturismo en la Parroquia Roberto Astudillo perteneciente al cantón Milagro por medio de la difusión de su gastronomía típicas y la continua capacitación de sus habitantes sobre infraestructura turística.

2.1.3 Fundamentaciones

2.1.3.1 Fundamentación Teórica

Desarrollo económico: Producción agrícola

La ubicación Geográfica de la Parroquia Roberto Astudillo favorece sin duda a su desarrollo social y económico, dado que su suelo es fértil y produce una infinidad de productos agrícolas como el arroz, cacao, piña, papaya, yuca, maíz, caña de azúcar, plátano banano como también la floricultura con una variedad de plantas ornamentales.

La infraestructura y el desarrollo económico de la parroquia Roberto Astudillo, se debe además al aporte económico del gran número de habitantes de dicha parroquia, los cuales emigraron a otros países como: Italia, Estados Unidos, Chile, Alemania, Argentina y demás países vecinos, en los cuales con trabajo y esfuerzo lograron enviar remesas económicas, generando bienestar y comodidad en sus familiares.

Transporte

En principio el ferrocarril que atraviesa la parroquia Roberto Astudillo era el medio de transporte con el que contaba la localidad, por medio de la cual se transportaba y se comercializaba a diario los productos agrícolas que producía la parroquia, de igual manera, en este medio de transporte llegaban a la localidad los mariscos y la carne desde el Cantón Durán, así como las legumbres de la Región Sierra.

La cabecera parroquia Roberto Astudillo se encuentra atravesada por una vía que une los cantones Naranjito y Milagro con la región Sierra, por la cual circulan a diario algunas cooperativas de transporte de servicio intercantonal e interprovincial además del transporte de carga pesada.

Esta parroquia cuenta con el servicio de transporte de tres cooperativas, como son: Rutas Milagreñas, Ejecutivo Milagro y Expreso Milagro, las cuales parten con sus modernas unidades desde dicha parroquia hasta las ciudades de Guayaquil y Milagro con turnos de cada tres minutos.

La parroquia cuenta para su transportación interna con dos asociaciones de camionetas fleteras las cuales brindan servicio a la comunidad desde la madrugada hasta altas horas de la noche, además de contar con asociaciones de motorizados quienes brindan transporte a borde de sus motos.

La gastronomía

Se denomina gastronomía a la actividad encargada de la preparación de alimentos la manera que signifique un proceso cultural. Este tipo de proceso trasciende de la preparación de alimentos y de la nutrición, intentando brindar a cada plato una preparación que roce con lo artístico. La gastronomía refleja de esta forma en las comidas a una región, lugar o país determinado. De esta forma se puede decir que una forma de conocer una región o un lugar es mediante la degustación de sus platos, debido a que de esta manera es en la cual se representa la forma de vida de sus habitantes

Según Oliveira, (2011) la gastronomía es un elemento importante y esencial del turismo ya que resulta casi imposible pensar en el turismo sin asociarlo a la gastronomía, puesto que, independientemente de la duración o el motivo del viaje, la alimentación es parte fundamental e integral. La gastronomía se remonta a la antigüedad en forma que cada sociedad tuvo sus platos distintivos de cada lugar

Vázquez de la Torre & Agudo Gutiérrez, (2011) mencionan que:

El turismo gastronómico puede ser dividido como las visitas a productores primarios y secundarios, de alimentos, restaurantes, festivales gastronómicos y lugares específicos en los cuales la degustación de los platos y la experimentación de los atributos de una región en la producción de alimentos es una de las principales causas para la realización del recorrido o viaje.

La gastronomía es una parte esencial de la cultura e implica la unión con el pasado, dado que es un legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad del lugar y refleja la vida de los habitantes.

Oliveira, (2011) menciona que:

El turismo gastronómico se trata del desplazamiento de los visitantes, sean excursionista o turistas, los cuales tengan como objetivo principal el de la gastronomía, que involucra practicas como el mero desplazamiento del lugar de residencia hasta un restaurante, el desplazamiento hacia un destino determinado para aprender a preparar determinados alimentos e inclusive la realizacion de rutas gastronómicas con el deseo y la intencion de aprender sobre cierta gastronomía. (p.11)

La gastronomía siempre se caracteriza por ser particular y casi privativa de cada lugar o región en especial, Dado que el modo o la manera en que ciertos platos se preparan un aun lugar pueden ser completamente distintos a otro lugar. En muchas de las ocasiones las diferencias se pueden dar inclusive dentro de la misma región dependiente del tipo y de la abundancia de recursos con las cuales de cuente, por esto es, que la gastronomía se relaciona de manera directa con el medio ambiente natural.

Gastronomía en el Ecuador

Según el Ministerio de Turismo, (2013) menciona que:

Por su variada oferta gastronómica, el Ecuador está nominado a 'Mejor Destino Gastronómico' en los World Travel Awards, junto con Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Perú, Uruguay y Venezuela. El país vecino cuenta con una amplia gama de opciones a la hora de ofrecer sus platos a los visitantes. La cocina ecuatoriana refleja la mega diversidad que existe en sus cuatro regiones, Costa, Amazonía, Andes y Galápagos, configurando una realidad que se refleja en su oferta natural, cultural y de manera especial en su gastronomía, que muestra la fusión de sabores ancestrales y tradicionales.

Ante aquello, se puede asegurar que el Ecuador posee una gastronomía muy variada y diferente en cada región con diversidad de saberes, olores y precios.se encuentra enriquecida por las aportaciones de las diferentes regiones que componen a la misma. Esto es debido a que dentro del país, se encuentran 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos. Con tradiciones y costumbres diferentes. Los diversos platos típicos y sus ingredientes varían en base de las condiciones naturales

La comida ecuatoriana conocida también en el país como "comida típica" o "comida criolla", es muy común encontrar es estos platos al Churrasco, ceviche,

banderas, etc. La influencia española logró que animales como “el cuy” sean apartados de la dieta y fueran reemplazados por carne de cerdo o de res. Aunque aún se pueden encontrar platos así, en ciertos lugares del Ecuador.

La gastronomía de la región Costa es muy diversa, basada especialmente en el pescado, los plátanos hacen parte también de culinaria típica. Los platos costeños más importantes en esta región son: el encebollado de pescado, el arroz con menestra y carne, bolón, ceviche de pescado, patacones, muchines de yuca, sancocho de bagre, encocado, bandera, entre otros.

Para el Ministerio del Turismo, (2014):

La gastronomía ecuatoriana se encuentra enriquecida por una infinita pluriculturalidad, debido a su diversidad climática, así como la dotación de un sinnúmero de especias y productos que forman parte de su producción agrícola en cada zona, lo que hace más fructífera la elaboración de los famosos platos típicos que son el deleite para propios y extraños.

En la actualidad, el Estado ha tratado de dinamizar la actividad turística del país por medio del emprendimiento de su gentes, tal es así que las inversiones para mejorar la infraestructura turística se ha visto en aumento, favoreciendo a sectores donde el agroturismo toma forma y su gente llega a capacitarse como microempresarios aportando significativamente a la productividad nacional y la búsqueda constante del cambio de la matriz productiva.

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, (2012) el turismo consiste en estancias y viajes que realizan las personas a distintos lugares de su entorno habitual. Se conoce con este termino a las actividades que los seres humanos realizan y permanecen en el recuerdo por menos de un año con el fin de ocio o vacacional.

Desde que el ser humano empezó a experimentar la necesidad de esparcimiento, para salir de la rutina y de la cotidianidad que el trabajo y las tareas imponen y suponen, existe el turismo como tal, aunque, con los años y la innovación los cuales terminaron en la sofisticación de los medios de transporte que permiten el traslado, el turismo se incrementó y se constituye en uno de los

principales ingresos económicos de gran parte de los países del mundo. (Altés, 2011)

En la actualidad el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve veje de cualquier tipo: con fines culturales, de descanso, negocios, interés social u ocio simplemente. Pese a que esta actividad proviene de épocas ancestrales, se definió recién hace algunos años como una actividad económica independiente y debido a que engloba gran variedad de sectores económicos, encontrar una definición del término absoluta es un tanto complicado. En el sector económico se puede definir al turismo a partir del consumo, en cuanto que un psicólogo haría un análisis partiendo de comportamientos turísticos. Mientras que un geógrafo brindaría una definición en la cual el principal elemento sería el territorio y sus propiedades.

El turismo rural se refiere a la actividad turística en la cual se encuentre en un medio rural, en áreas naturales y litorales que posibiliten la realización de actividades relacionadas con el trabajo del área rural, este tipo de turismo se estila en las ciudades costeras exigiendo un entorno endógeno que se encuentre soportado por un entorno ambiental y humano. Se trata de un turismo respetuoso con el medio ambiente, que busca unirse al resto de actividades turísticas intentando aprovechar los recursos naturales.

En cuanto que el turismo gastronómico tiene por objetivo que los turistas conozcan las comidas autóctonas de la región o del lugar y que realicen actividades y degustaciones relacionadas a la cocina.

El agroturismo

El agroturismo es un término el cual se encuentra formado por dos conceptos: “agro” y “turismo”. En el caso del “agro”, se trata de un elemento compositivo que hace alusión al campo que es un terreno no urbanizado en el cual se pueden realizar cultivos y la cría de animales, y en el caso de “turismo” se denomina a aquello que se encuentra vinculado con los viajes llevados a cabo por vacaciones u ocio.

Es una forma de turismo en la cual la cultura rural es aprovechada económicamente para presentar diferentes opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, esencialmente con “paisajes cultivados”, término que es clave para realizar agroturismo, es indispensable desarrollar primero una cultura de cultivos sanos y por ende cultivos rentables, competitivos y eficientes.

El agroturismo: Nueva frontera para el desarrollo

La oportunidad de vincular la agricultura con el turismo es vista desde hace tiempo por distintas instituciones como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales. De esta forma surge el agroturismo como una actividad recreativa, la cual se encuentra incluida dentro de las modalidades de turismo en espacios rurales, en la cual se pueden articular una o varias fases relacionadas con la producción agropecuaria, además de la gastronomía, artesanía o agroindustria

El agroturismo se suele llevar a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo realizan como una manera de diversificar los ingresos de su negocio principal. Para lo cual es aprovechado la capacidad de la propiedad y el saber hacer tradicional. Además, de que se agregan otros servicios o productos complementarios, como pueden ser: alimentación, venta de productos y alojamiento. Lo cual brinda mayores oportunidades de empleo para la propia familia y demás personas de la localidad en donde se desarrolla esta actividad.

De este modo, el agroturismo es un modelo aún por explotar que puede contribuir a la permanencia de una economía basada en actividades rurales y agropecuarias de pequeños y medianos empresarios, así como de los paisajes rurales, la cultura y las costumbres locales.

Características y concepto del agroturismo

El agroturismo es una modalidad del turismo en espacios y ambientes rurales, que se incluye el turismo rural, el turismo de aventura y el ecoturismo, entre otros. Conforme a la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el agroturismo es una actividad que se realiza en zonas agrarias como plantaciones o granjas, en las cuales los actores complementan sus ingresos

con alguna forma de turismo en la cual, de forma general, facilitan alojamiento, oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios y comida.

Posee como eje de su oferta, actividades propias de las zonas rurales, como: la cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, cuidado de los animales y asistencia en la alimentación. Dichas actividades son combinadas con otras recreativas como: las caminatas por los alrededores de la finca, el avistamiento de aves, las cabalgatas, los paseos en bote y las visitas a los alrededores, etc.

Importancia de la difusión del turismo

En la actualidad los cambios significativos que se han dado en la comunicación de las personas, es decir en los medios que se utilizan hace que se priorice la difusión correcta de un determinado producto o servicio que se desea ofertar, es decir que entre mejor sean los canales de difusión, mayor es la posibilidad de captar personas interesadas en consumir o adquirir los mismos.

Para Cabrera & Pelayo, (2012):

El uso de tecnologías de comunicación, sin duda marca socialmente las representaciones sociales tanto como la comunicación interpersonal. A través de los relatos sociales conformamos nuestra visión del mundo. Por tal razón toda estructura social cuida su coherencia a través de grandes sistemas de comunicación institucionalizada. (p. 44)

Por otro lado, las estrategias comunicacionales mejorar el proceso de difusión de un producto o servicio, es decir que este tipo de estrategias acopladas a la actividad turística eleva su efecto potencial y dinamizador económico a su máximo exponente, de ahí que se debe proveer de una planificación adecuada, así como la debida capacitación para ejercer un cambio en el comportamiento consumista de las personas.

Se puede definir a las estrategias comunicacionales como un conjunto de acciones programadas y planificadas cuyo objetivo es satisfacer las necesidades o requerimientos que tiene un determinado sector de la sociedad, el mismo que se limita a seguir una serie de procedimientos, secuencias y ordenes lo que garantiza el éxito de aquella planificación.

Para Batedaga, (2012):

La determinación de las estrategias comunicacionales implica conocer los recursos y medios disponibles para el diseño de una planificación adecuada. Desde esta mirada, las estrategias no se constituyen en un fin en sí misma, más bien, funcionan como un conjunto de acciones liberadas para construir escenarios posibles. (p. 87)

Uno de los factores importante para promover la actividad turística en cualquier región, son las estrategias comunicacionales adoptadas para difundir la diversidad natural, religiosa, cultural, gastronómicas, entre otras a l resto de personas, por lo tanto su correlación es significativa, así como su beneficio y uso. La política actual de Gobierno ha situado al turismo como una de las alternativas en la generación de divisas para el país, lo que ha implicado que determinadas regiones del Ecuador opten por invertir en el mejoramiento de las infraestructuras turísticas, garantizándole la participación de dicha fuente de producción interna y externa de la región.

Es notorio ver como la influencia del turismo cambia de forma radical la economía de un país o región, por ejemplo Guayaquil, Quito, Cuenca, Ambato, entre otras., tienen asegurada su presencia en dicha transformación económica, situación contraria se da en otras zonas del país, donde la inversión en infraestructura turística es mínima y depende en lo absoluto de la debida preparación, motivación y predisposición de sus habitantes para hacer eco su esfuerzo y lograr el desarrollo Agroturísticos en las zonas rurales del país, especialmente en la provincia del Guayas.

2.1.3.2 Fundamentación Sociológica

El agroturismo es una actividad dinamizadora, la cual genera beneficios en las localidades en las que se desarrolla de forma responsable, siendo el agroturismo generador de beneficios sociales y económicos, presentándose como una alternativa diferente para mejorar la calidad de vida de las localidades y comunidades que desarrollan dicha actividad en un espacio u área que cuente con potencialidades naturales y culturales. Teniendo en consideración estos elementos, el agroturismo debe ser realizado enfocando su esfuerzo en factores de sostenibilidad para salvaguardar las riquezas culturales y naturales que el

sector posea, motivo por el cual la visión de aprovechamiento de las potencialidades turísticas se deben manejar bajo un estricto respeto hacia la naturaleza, su gente y su cultura, puesto que estos son aspectos importantes que se deben considerar al momento de emprender dicha actividad productiva.

El sector turístico se muestra como una actividad que manifiesta sus tendencias expansivas a nivel mundial en términos cuantitativos y económicos, situación que favorecerá en mayor medida a las áreas, destinos y países emergentes, siempre y cuando la planificación de las actuaciones responda a las exigencias de la demanda y la necesidad de una gestión operativa y racional. (Solís González & Vargas Castro, 2013)

El agroturismo es una actividad productiva y para su desarrollo se debe considerar múltiples factores integradores los cuales se enmarcan en aspectos sostenibilidad medio ambientales, culturales, económicos y sociales. Desde este punto de vista, el agroturismo se debe manejar de una forma sistemática en donde la actividad sea ejecutada con fundamentos en lineamientos de cuidado de la naturaleza, no solo en el punto de vista medioambiental, sino que además hace referencia a las vertientes culturales, económicas y sociales. Un producto turístico es sostenible si no esquilma los recursos naturales, no contamina, no congestiona el espacio disponible, no produce tensiones sociales y pérdidas de identidad cultural

Por lo cual, una iniciativa turística es sostenible y permite mantener los valores culturales y naturales sobre los que está basado el equilibrio de la comunidad y la calidad del producto comprendida en su amplio sentido. Bajo dicho aspecto los destinos locales brindan enormes potencialidades que es necesario gestionar y encauzar. El gran objetivo dentro de un escenario competitivo y optimista es el de lograr el desarrollo turístico en cuanto a los cultural social y económico además de la sostenibilidad ambiental. La eficacia económica implica que el turismo es ante todo una actividad que genera rentas económicas para la sociedad y crea empleos dignos para sus habitantes. (Morangues Cortada, 2013)

La sostenibilidad ambiental supone la conservación y respeto de los recursos naturales los cuales son la base de la propia actividad turística y cuya existencia se debe garantizar en el futuro para su propio sostenimiento. La equidad social implica que ha de generar un reparto de los beneficios y de los costes. No existe un proceso turístico equilibrado si se incrementan las diferencias económicas y sociales internas de la sociedad o si se produce un beneficio excesivo de ciertos grupos sociales.

La actividad turística sostenible brinda la oportunidad de crecimiento económico y de mejorar la calidad de vida de la sociedad, siempre y cuando esta sea realizada de manera equilibrada, el uso y la planificación consiente de los recursos naturales, conservando y preservando e involucrando a los sectores privados, públicos y comunitarios.

2.3.1.3 Fundamentación Pedagógica

El agroturismo como herramienta de aprendizaje

Se define al agroturismo como un valor en sí mismo no como un depositario del mismo, no como un depositario del mismo, aunque cualidad se encuentra adherida a él. Se funda en una relación entre el sujeto y el objeto, o sea, entre el “yo” que valora y el portador del valor, por lo cual no es el turismo en sí mismo sino la cualidad basada en la relación sujeto-objeto. El valor por sí es abstracto y depende de la relación del sujeto con el objeto y tiene realidad cuando se le da sentido. El turismo como valor se sustenta en los bienes culturales, entendiendo como bien a las cosas más sus valores

Las distintas ofertas de agroturismo siempre han estado unidas al mundo del campo, en escenarios y campos eminentemente rurales y normalmente en directa relación con actividades económicas de la agricultura. Las motivaciones y el atractivo principal lo constituye el propio ambiente rural y agrícola, la sencillez, la austeridad y la naturalidad de vida de la gente del sector, la comida típica y la gastronomía con productos naturales de la tierra. (Ferrer Reig, 2012)

El turismo es una muy buena oportunidad para recrearse y compartir con los demás. Esta actividad posee varias vertientes, una de las cuales es la cultural.

Aunque también apasiona el ecoturismo y la naturaleza, se le debe brindar también especial atención a la historia y a la cultura ya que de esta forma se amplía nuestro intelecto además de que se aporta de forma positiva a la preservación y manejo de estos lugares.

Existen actividades que aportan mucho en el aprendizaje y el desarrollo de las personas que practican el agroturismo, no solamente para los estudiantes, se puede conocer, aprender del lugar, leer y documentarse para obtener un mayor provecho de los lugares que se visitan y aprender más de su cultura, tradición además de su estilo de vida.

El turismo con el fin de educar, abarca dos enfoques que se encuentran fusionados, lo cual engloba al turismo educativo, el entretenimiento y el aprendizaje. Ambos enfoques están estructurados y conformados gracias a una cadena y evolución: “El conocimiento es la base del aprendizaje, el aprendizaje puede ser obtenido por medio de la experiencia, experiencia es obtenida al explorar nuevas cosas y la novedad se puede dar en un ambiente turístico y explorador”.

La educación es una labor fundamental en la vida del ser humano, sea dentro del periodo académico o fuera de este, se realiza la exploración de conocimientos percibidos de distintas formas, muestra la existencia de un aprendizaje que no acaba, proporcionando una madurez y crecimiento como persona además de un progreso profesional y personal, sin embargo complementando al turismo, además de que aporta una diversidad de posibilidades y oportunidades para conocer distintas culturas, gastronomía diversa, además del cultivo de la independencia y la responsabilidad. Partiendo de dicho concepto se puede decir que el turismo aporta a reforzar lo aprendido anteriormente, aprender nuevas cosas y mostrar lo que se puede llegar a aprender en un futuro.

El turismo brinda la oportunidad de adaptarse a otro tipo de comunicación, da la posibilidad de utilizar esa comunicación para aprender experiencias nuevas, siguiendo en la misma línea y teniendo en cuenta una serie de aspectos trascendentales para la vida académica y personal de las personas, se puede

mencionar que el turismo educativo es necesario y posible, necesario por la gran cantidad de elementos positivos que desembocan su práctica y posible por la infinidad de aspectos que facilitan el desarrollo. (Pardo Santana, 2013)

Es importante construir un turismo educativo a partir del conocimiento como parte necesaria de estas acciones con enfoques específicos, que impliquen una mayor formación científica-cultural-educativa, desde enfoques multi-disciplinarios y reconociendo valores desde las experiencias educativas que el turismo contribuye.

2.3.1.4 Fundamentación Psicológica

La difusión de los sectores Agroturísticos en el país, sin lugar a dudas han tomado relevancia debido a las campañas difusivas aplicadas en los últimos años, es decir que la actividad turística en el Ecuador pasó a forma parte de los ingresos económicos de gran significancia para el Producto Interno Bruto (PIB), constituyéndose en un agente dinamizador de la micro y macroeconomía de los ecuatorianos.

Ante aquello, es necesario mencionar que el efecto que genera la publicidad o el conjunto de estrategias comunicacionales aplicadas para dar a conocer la diversidad gastronómica es significativa, de ahí que el turismo se fortalece a través de una correcta campaña de difusión, sumándose al acondicionamiento de su infraestructura donde cientos de turistas puedan disfrutar de la diversidad gastronómica, así como de las creencias de los pueblos.

El efecto psicológico que ejerce la publicidad sobre la toma de decisiones en el consumo de un determinado servicio en los posibles clientes es muy fuerte. La forma en que te llega el mensaje y capta la atención se debe a una serie de factores que te motivan a formar parte de dicha actividad. Es decir que los turistas se ven influenciado por este conjunto de estrategias de difusión, lo que permite su interés por visitar un determinado sector del país.

Para Rosales Reyes, el efecto psicológico de la publicidad es:

Una acción estratégica que fomenta, genera, induce deliberadamente entre los individuos diversas actitudes y tendencias psicográficas, que representarán algún grado de aceptación (e inclusive de rechazo) del anunciante, de sus productos o de su servicio. La psicología de la publicidad trata de anticiparse y descubrir aquellas que puedan resultar negativas para adecuarlas y en su caso, fortalecer las que lograrán cambios favorables en la conducta de los probables consumidores.

De nada serviría el turismo si es que el destino buscado no presenta una buena publicidad que lo respalde ¿Quién viajaría a un lugar que desconoce por completo? Puede que el público aventurero sea el único que opte por esta opción pero igualmente hay que tener alguna noción positiva acerca del lugar donde se pretende realizar la práctica del turismo, tal es así que el conjunto de estrategias de difusión permite fortalecer el desarrollo agroturístico, apoyándose en la diversidad gastronómica de sus pueblos y las bondades naturales que existe en cada región del Ecuador.

2.2 MARCO LEGAL

REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO

Para el correcto funcionamiento de los establecimientos turísticos es necesario cumplir con las políticas respectivas para llevar a cabo el emprendimiento de las actividades turísticas, es primordial que los propietarios de las fincas participantes en la localidad trabajen de manera conjunta y formen sociedad de hacendados legalmente registrados que les permita completar sus actividades turísticas y mejorar sus ingresos a través de la gastronomía y el agroturismo.

Actividades turísticas

Según el Reglamento General de la ley de Turismo Art. 43 Definición de las actividades de turismo: Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

b) Servicio de alimentos y bebidas Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además,

podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

c) **Transportación** Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación.

d) **Operación** La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo, científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Se realizará a través de agencias operadoras

NORMAS Y REGLAMENTARIAS PARA LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Art. 44 Normas técnicas y reglamentarias para las actividades turísticas: Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este reglamento y sus respectivas modalidades.

La potestad asignada en este artículo es intransferible. Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas, ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo.

Quien puede ejercer actividades turísticas

Art. 45 Quien puede ejercer actividades turísticas: El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Quien no puede ejercer actividades turísticas

Art. 46 Quien no puede ejercer actividades turísticas: Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 Y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento: a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y, b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

Obligaciones y registros de afiliados

Art. 56, menciona que toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del Turismo, tendrá la obligación de registrarse y adquirir la licencia única anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo, y su afiliación respectiva en las cámaras provinciales de turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisitos sin los cuales no podrá operar.

Requisitos de establecimientos turísticos

Art 58, Establecimiento de requisitos: El Ministerio de Turismo, mediante el acuerdo ministerial establecerá los requisitos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que constara la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Licencia anual de funcionamiento

Art 60, Pago de licencia: el valor deberá pagarse por el registro, en los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

Pago de actividades

Art. 61, Cálculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año. Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones de los primeros 30 días del año el pago por concepto de licencia única anual de funcionamiento, se calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario. (Ministerio de Turismo, 2012)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Agroturismo: Consiste en visitar medios rurales donde el turista disfrute de la naturaleza y participe en actividades agrícolas propias del lugar.

Alojamiento: son bienes destinados a brindar un servicio de hospedaje sin exigir su permanencia.

Atractivo turístico: lugar u objeto de interés turístico.

Demanda turística: Comprende a un total de personas quienes acceden a realizar cualquier actividad turística.

Ecoturismo: Es una modalidad de turismo que tiene como prioridad la preservación de la naturaleza.

Empresa turística: es aquella que oferta un servicio de manera directa al turista la cual tiene relación con la planta turística.

Estrategias Comunicacionales.-es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana.

Finca agroturístico: Lugar donde se realiza ciertas actividades en relación al área rural, donde se destaca la naturaleza, agricultura, costumbres ofreciendo también servicios de calidad.

Guía turístico: Profesional que tiene como objetivo acompañar y transmitir al visitante la información acerca de lugares turísticos de su interés, así como también culturas, costumbres, tradiciones de un determinado lugar.

Impacto ambiental: alteración de medio ambiente provocado directa e indirectamente por una actividad realizada en cierta área.

Industria turística: es un conjunto de establecimientos, que tiene como principal actividad elaborar bienes y servicios relacionados con el turismo.

Infraestructura turística.-La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo.

Oferta turística: Es un conjunto que está integrado por tres componentes básicos: atractivo turístico, planta turística e infraestructura.

Pernoctación: corresponde a la noche pasada por un visitante registrado en un establecimiento que ofrece el servicio de alojamiento turístico.

Planta turística: Subsistema integrado por el equipamiento conformado por: alojamiento, alimentación, trasportación y servicios turísticos.

Publicidad.-Difusión o divulgación de información, ideas u opiniones de carácter político, religioso, comercial, etc., con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinado producto o servicio.

Turismo: Es una actividad que se realiza por ocio o negocio, en lugares diferentes a su entorno habitual, pernotando por más de un día y menos de un año.

Turista: Es aquella persona que realiza un viaje fuera de su lugar habitual y que pernota en el lugar.

Turismo Gastronómico: Su principal objetivo es que el turista conozca y deguste de las artes culinarias participando también en actividades relacionadas con la cocina.

Visitante: Persona que se desplaza a un lugar distinto a su entorno habitual por un determinado periodo el cual debe ser inferior a 12 meses.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

La difusión adecuada de la Gastronomía Típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro fortalecería desarrollo del Agroturismo en el sector.

2.4.2 Hipótesis Particulares

1. El conocimiento de la comunidad sobre la Gastronomía Típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo incrementaría número de visitantes en el sector.

2. La promoción eficaz del turismo gastronómico mejoraría el desarrollo del Agroturismo en el sector.
3. El interés de las autoridades para fortalecer el desarrollo del Agroturismo dinamizaría la economía de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro.
4. La capacitación en proyectos de emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos a los moradores del sector permitiría difundir la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro.

2.4.3 Declaración de las variables

Hipótesis General

- **Variable Independiente:** Gastronomía típica
- **Variable Dependiente:** Desarrollo Agroturístico

Hipótesis Particular 1

- **Variable Independiente:** Conocimiento de la gastronomía típica
- **Variable Dependiente:** Incremento del número de visitantes en el sector

Hipótesis Particular 2

- **Variable Independiente:** Promoción del turismo gastronómico
- **Variable Dependiente:** Desarrollo del Agroturismo

Hipótesis Particular 3

- **Variable Independiente:** Interés de las autoridades pertinentes (GAD)
- **Variable Dependiente:** Dinamismo de la economía

Hipótesis Particular 4

- **Variable Independiente:** Proyectos de emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos
- **Variable Dependiente:** Difundir la Gastronomía Típica.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables Hipótesis General

HIPÓTESIS GENERAL			
VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
Independiente	Gastronomía típica	Diversidad gastronómica	Cuestionarios
Dependiente	Desarrollo Agroturístico	Nivel de inversión en infraestructura	Cuestionarios

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Cuadro 2. Operacionalización de las variables Hipótesis Particular 1

HIPÓTESIS PARTICULAR 1			
VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
Independiente	Conocimiento de la gastronomía típica	Nivel de conocimiento para la elaboración de comida típicas	Cuestionarios
Dependiente	Incrementar el número de visitantes en el sector	Nivel de infraestructura turística	Cuestionarios

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Cuadro 3. Operacionalización de las variables Hipótesis Particular 2

HIPÓTESIS PARTICULAR 2			
VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
Independiente	Promoción del turismo gastronómico	Porcentaje de inversión publicitaria	Cuestionarios
Dependiente	Economía	Nivel de inversión turística	Cuestionarios

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Cuadro 4. Operacionalización de las variables Hipótesis Particular 3

HIPÓTESIS PARTICULAR 3			
VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
Independiente	Interés de las autoridades pertinentes.	Nivel de apoyo interinstitucional	Cuestionarios
Dependiente	Economía	Número de actividades de Agroturismo en la parroquia	Observación

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Cuadro 5. Operacionalización de las variables Hipótesis Particular 4

HIPÓTESIS PARTICULAR 4			
VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
Independiente	Proyectos de emprendimientos gastronómicos y Agroturísticos	Número de proyectos propuestos por los organismos competentes	Cuestionarios
Dependiente	Difundir la gastronomía típica	Nivel de motivación para actividades Agroturísticas	Cuestionarios

Fuente: Hipótesis y Variables
Elaborado por: Diana Solís & Juliana González

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La presente investigación se basa en los siguientes tipos de investigación aplicada, de campo, descriptiva, explicativa, no experimental y diagnóstica, ya que debido a su finalidad de objeto de estudio y utilizando las técnicas de la investigación se pueden determinar los siguientes parámetros que ayudan a visualizar de una manera real la situación actual.

Según su finalidad la investigación es aplicada ya que se busca la aplicación o utilización de los recursos con los que cuenta el cantón y través de esta resolver aquellos problemas ya conocidos como es el escaso desarrollo del agroturismo y la poca difusión de la gastronomía típica de la zona, encontrando soluciones a estos y poniendo en práctica los conocimientos, seguidamente se utilizará la técnica de la encuesta y entrevista.

También se tornará descriptiva ya que esta ayuda a conocer con exactitud las costumbres que predominan en la población Milagreña, serán sujetos a estudios personas que habiten en el cantón, a través de este estudio se logra la recopilación de datos sobre la base de una hipótesis luego de esta se sintetiza la información de manera oportuna.

Según su contexto se utiliza la investigación de campo y se apoya en la formulación de la entrevista, encuesta o través de la observación, que se realizó en el habitat natural en aquella zona rural de la ciudad de Milagro. Todas estas técnicas permiten obtener información relevante que aporta a la investigación y con esto al desarrollo del sector, permitiendo evaluar causa y efecto de aquellos problemas originados en la zona.

En el control de variables utiliza la investigación no experimental, ya que las variables sean dependiente e independientes no fueron objeto de comparación con otras propuestas similares a proyectos investigativos.

A los tipos de investigación expuestos, contamos con el diseño cuantitativo ya que este nos permite exponer de manera numérica los datos, utilizando herramientas de estadística.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Roberto Astudillo forma parte de una de las Parroquias Rurales del cantón Milagro, ubicada a 15 minutos del mismo. Su gente se caracteriza por su empuje y dedicación al trabajo, así como las actividades de emprendimiento, por lo que se toma como punto de partida su acondicionamiento natural y agrícola de donde surgen un sinnúmero de ideas que permite plantear alternativas viables que facilite el dinamismo de la actividad turística y el desarrollo del agroturismo en el sector.

Uno de los atractivos turísticos de la parroquia lo constituye su diversidad gastronómica, notándose en gran parte de la población sitios donde se promueve la venta de diversos platos típicos, entre los que se encuentran el seco de pollo, la fritada, caldo de salchicha, ceviches y encebollados, incluyéndose la venta de cuyes y yapingachos, tal es así que gran parte de las poblaciones aledañas tienden a programar una visita para deleitarse de esta variedad gastronómica, por consiguiente es necesario promover una correcta difusión turística del sector en beneficio de la comunidad.

3.2.2 Delimitación de la población

La población se encuentra delimitada por los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo, quienes constituyen el eje principal para el dinamismo de la actividad turística en el sector, de ahí la necesidad de capacitarlos para el emprendimiento de proyectos de desarrollo Agroturísticos que incentive a propios y extraños a deleitarse de su diversidad gastronómica. Ante aquello, se puede definir a la población como finita para su estudio.

3.2.3 Tipo de muestra

La muestra es probabilística aleatoria, porque tienen las mismas posibilidades de ser considerados al aplicar los instrumentos de investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se toma en consideración la población de la Parroquia Roberto Astudillo que son 11.300 habitantes, dentro de los cuales se consideró de manera especial a los propietarios de las fincas y haciendas y a representantes de los gremios agrícolas parroquiales.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

p= Posibilidad que suceda u incidente, p=0,5.

q= Posibilidad de no ocurrencia de un incidente, q=0,5.

E= Error se considera el 5%, E=0,05.

Z= Nivel de confianza que para el 95%, Z= 1.96.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{(11300)(0.5)(0.5)}{\frac{(11300-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(11300)(0.25)}{\frac{(11300-1)(0.0025)}{(3.8416)} + (0.25)}$$

$$n = \frac{(2825)}{\frac{(11.299)}{(3.8416)} + (0.25)}$$

$$n = \frac{(2825)}{(7.6)}$$

n=372 personas

3.3 LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1 Método Teórico

Método Inductivo: Método mediante el cual se realiza un análisis detallado de las variables que forman parte de problema, luego se lo generaliza y se determina su incidencia.

Método Deductivo: Este método permite comenzar por lo general que es la recolección de información bibliográfica con esto formar la fundamentación científica y esta nos permite establecer un punto de vista para cada variable, a fin de obtener un trabajo documentado.

Método Analítico: Comprende la descomposición de los elementos de objeto de estudio para observar las causas y los efectos que se generan.

Método Sintético: Es la conclusión a la que se llega después de la encuesta y entrevista a los involucrados, se determina el grado de aceptación que tendrá la gastronomía típica y el desarrollo agroturístico del sector.

3.3.2 Método Empírico

Método de Observación: Se utilizará el método de la observación en esta investigación ya que es empírico y mediante esta se puede visualizar el entorno

y el habitud de las personas involucradas. Por medio de la observación se despierta el interés de buscar solución a posibles problemas en el sector.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Encuesta: Se realizó las encuestas a las personas que habitan en la parroquia Roberto Astudillo y a los integrantes de las diferentes asociaciones de agricultores que existen.

Entrevista: La entrevista se la aplicó a los representantes de gremios, propietarios de fincas, y a miembros del GAD Parroquial con el propósito de conocer el nivel de interés por participar en el proyecto propuesto en el presente estudio.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los resultados generados a través de la aplicación de los instrumentos de investigación son tabulados y procesados por medio del uso de una herramienta informática conocida con el nombre de Excel, donde se identifican alternativas y resultados de las preguntas con su respectivo porcentaje, para ser mostrados por medio de tablas y gráficos estadísticos que facilitan su análisis e interpretación, así como la verificación de las hipótesis.

El tratamiento se lo llevó a cabo por medio de las siguientes acciones:

- ✓ La descripción de los datos a tabular a través de la construcción de tablas
- ✓ La distribución gráfica de los mismos mediante pasteles estadísticos donde se plasma sus respectivos porcentajes.

El uso de una Estadística Descriptiva permite tener una perspectiva real de la importancia que tiene la difusión de las Gastronomía Típica en el desarrollo del Agroturismo en la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro, facilitando la elaboración de las conclusiones y recomendaciones que avalan a ejecución de la propuesta.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En la actualidad el posicionamiento de las actividades turísticas en el país mantienen un lugar de privilegio, tal es así que gran parte de la inversión económica que propicia el estado se orienta a la difusión efectiva del turismo, donde se necesita de la participación activa de las comunidades que posean un potencial gastronómico, natural y de esparcimiento para generar proyectos integradores que dinamicen la economía de sus habitantes y den a conocer las bondades que posee el país.

La parroquia Roberto Astudillo, perteneciente al cantón Milagro afronta una situación que limita el crecimiento de la actividad turística, entre la que destaca el desinterés de las autoridades por incentivar y fortalecer el desarrollo del agroturismo en el sector, dejando atrás las virtudes y bondades que posee la zona, así como su riqueza gastronómica induciendo a las personas al desgaste de aquellos recursos, que en la mayoría de los casos tienden a perderse en el tiempo, contraponiéndose con uno de los conceptos básicos del turismo.

Otro factor identificado como parte de la problemática lo constituye la deficiente campaña de difusión que se provee a las actividades de turismo en la zona rural de la parroquia, es decir que el conocimiento de los habitantes de las comunidades aledañas sobre la diversidad gastronómica es mínima, por lo tanto el número de visitantes tiende a ser inferior y no lo estimado, de ahí que los resultados se encuentran plasmados de la siguiente forma:

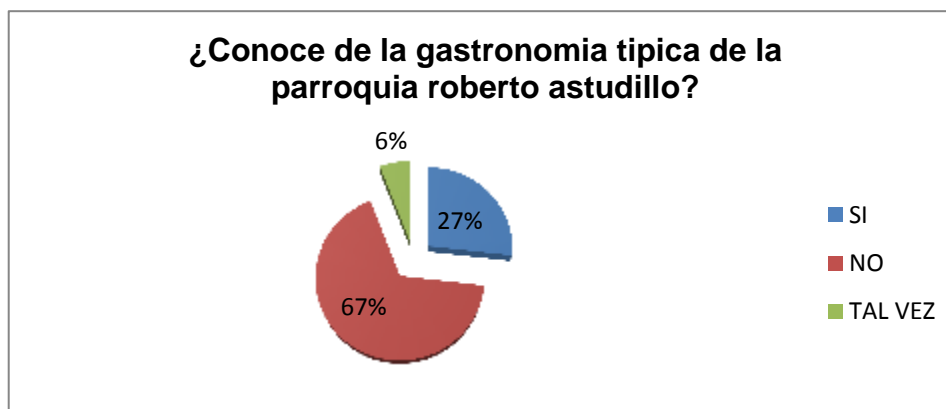
**ENCUESTAS FORMULADAS A LOS HABITANTES E INTEGRANTES DE LAS
DIFERENTES ASOCIACIONES AGRÍCOLAS DE LA PARROQUIA ROBERTO
ASTUDILLO.**

1.- ¿Conoce usted si la Parroquia Roberto Astudillo posee gastronomía típica propia de la zona?

Cuadro 6. Conoce de la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	100	27%
No	250	67%
Tal vez	22	6%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 1. Conoce de la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo

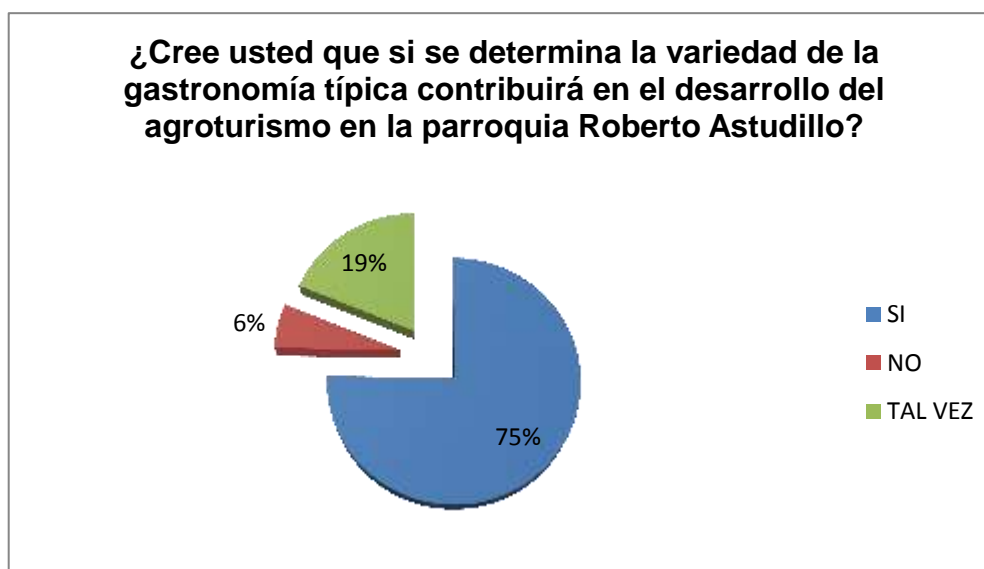
Lectura interpretativa: Los resultados demuestran que para el 27% de los encuestados si poseen conocimiento de la gastronomía típica que posee la Parroquia Roberto Astudillo, mientras que para el 67% su desconocimiento es total y apenas el 6% manifiesta que tal vez, es decir que se debe fomentar una difusión masiva y capacitación de emprendimiento para dinamizar el desarrollo Agroturístico de la zona.

2. ¿Cree usted que si se determina la variedad de la gastronomía típica contribuirá en el desarrollo del agroturismo en la parroquia Roberto Astudillo?

Cuadro 7. Opinión sobre la gastronomía típica y el desarrollo del agroturismo

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	280	75%
No	22	6%
Tal vez	70	19%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 2. Opinión sobre la gastronomía típica y el desarrollo del agroturismo

Lectura interpretativa: Los resultados demuestran que para el 75% de los encuestados la determinación efectiva de la variedad gastronómica que posee el sector fomentaría el desarrollo del Agroturismo en la Parroquia Roberto Astudillo, mientras que para el 6% su opinión es negativa y apenas el 19% expresa que tal vez, notándose una desmotivación colectiva debido al desinterés de las autoridades en proyectar una visión de emprendimiento generalizado en sus habitantes.

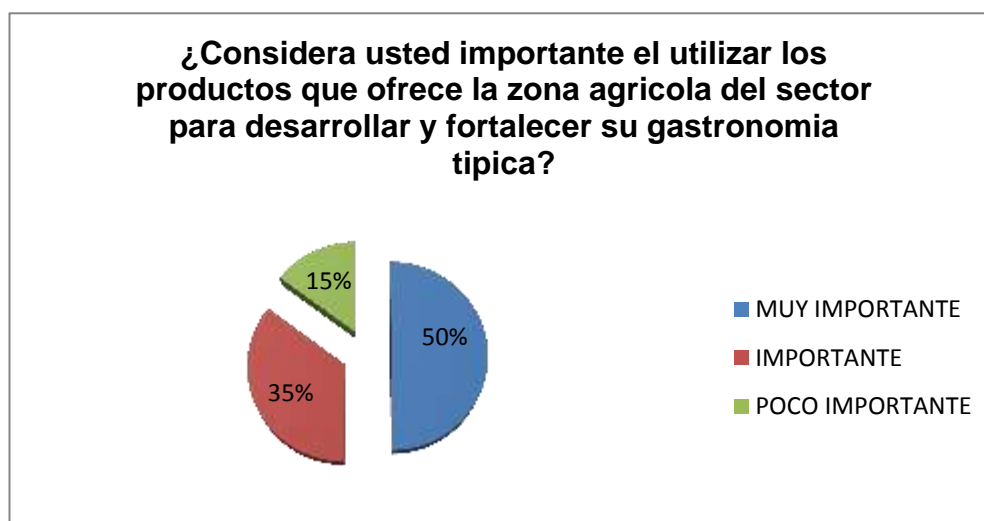
3. ¿Considera usted importante el utilizar los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer su gastronomía típica?

Cuadro 8. Opinión de la importancia de utilizar los productos agrícolas de esa zona para fortalecer su gastronomía

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy importante	186	50%
Importante	131	35%
Poco importante	55	15%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 3. Opinión de la importancia de utilizar los productos agrícolas de esa zona para fortalecer su gastronomía

Lectura interpretativa: El 50% de los encuestados considera importante la utilización de los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer la realización de programas de difusión gastronómica que permita el dinamismo económico de sus habitantes, mientras que el 35% lo considera solamente importante y el 15% poco importante, es decir que la capacitación efectiva de los agricultores induciría un cambio en su perspectiva sobre las actividades turísticas.

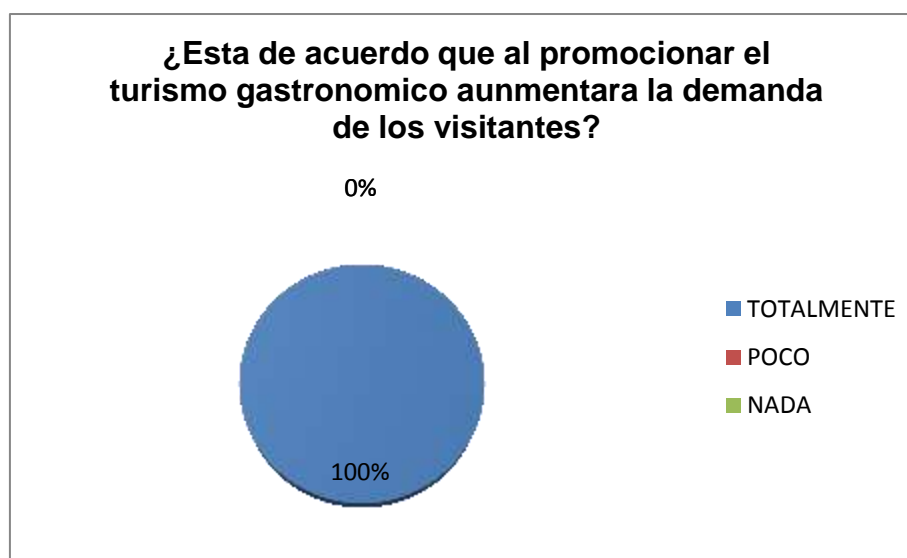
4. ¿Está de acuerdo que al promocionar el turismo gastronómico aumentará la demanda de los visitantes?

Cuadro 9. Opinión sobre la promoción del turismo gastronómico y la demanda de los turistas.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Totalmente	372	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 4. Opinión sobre la promoción del turismo gastronómico y la demanda de los turistas

Lectura interpretativa: El 100% de los encuestados considera que la promoción efectiva del turismo gastronómico permitiría el incremento de turistas a esta zona, lo que beneficiaría económicamente a sus habitantes, quienes proyectarán la realización de nuevas tendencias comerciales enfocadas a mejorar su calidad de vida, amparándose de esta forma en el aporte que cimienta el Plana Nacional del Buen Vivir en sus objetivos 3 y 4.

5. ¿Cree usted que el turismo gastronómico representa un gran potencial de desarrollo turístico para el sector?

Cuadro 10. Opinión sobre el turismo gastronómico y el desarrollo turístico el sector.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mucho	250	67%
Poco	100	27%
Nada	22	6%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 5. Opinión sobre el turismo gastronómico y el desarrollo turístico el sector.

Lectura interpretativa: Para el 67% de los encuestados el turismo gastronómico constituye un factor determinante para establecer el desarrollo del turismo en la zona, tal es así que la difusión efectiva de la diversidad de platos típicos atrae el consumo de propios y extraños, quienes se interesan en deleitar su paladar con la adquisición de platos tradicionales que generan un agente económico directo de gran significancia en sus habitantes, mientras que el 27% expresa que poco y el 6% nada.

6. ¿Cree usted que la decadencia de la demanda del turismo gastronómico se debe a la inadecuada promoción del mismo?

Cuadro 11. Opinión de la inadecuada promoción del turismo gastronómico.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	290	78%
Poco de acuerdo	82	22%
Nada de acuerdo	0	0%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 6. Opinión de la inadecuada promoción del turismo gastronómico.

Lectura interpretativa: Los resultados demuestran que para el 78% de los encuestados la escasa difusión del turismo gastronómico incide en la ausencia marcada de turista a la zona, lo que dificulta el desarrollo socioeconómico de sus habitantes, de ahí que las autoridades locales deben promover una serie de estrategias de comunicación para dinamizar la actividad turística de la zona, mientras que el 22% expresa estar poco de acuerdo, lo que demuestra el desinterés o desconocimiento de la importancia del mismo.

7. ¿Usted cree que la tendencia de hoy en el rescate de los platos tradicionales le devuelve la identidad gastronómica típica al sector?

Cuadro 12. Opinión del rescate de los platos tradicionales

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	200	54%
No	50	33%
Tal vez	122	13%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 7. Opinión del rescate de los platos tradicionales

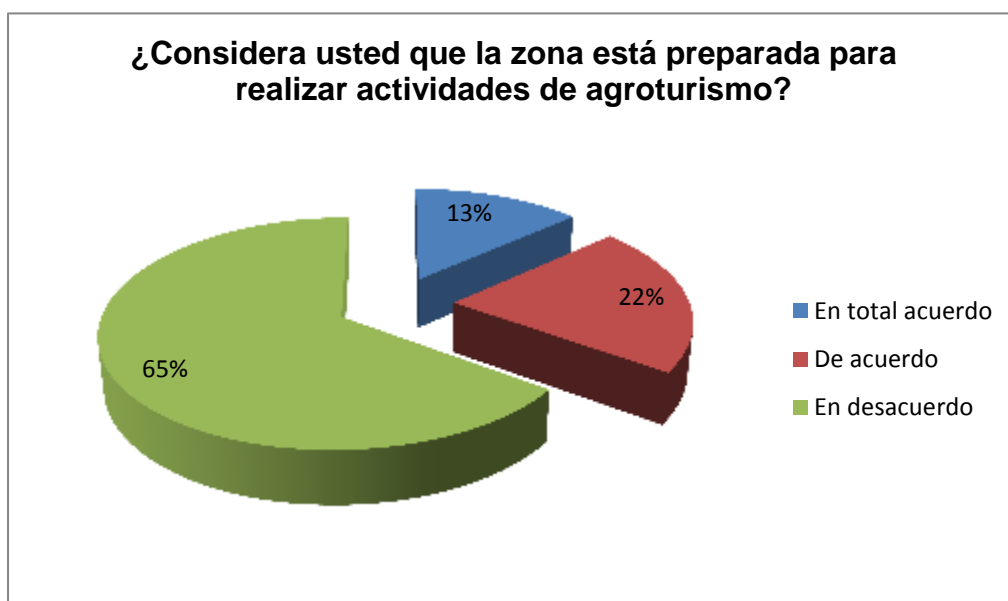
Lectura interpretativa: El 54% de los encuestados considera que el rescate de los platos tradicionales contribuyen a la devolución de la identidad gastronómica de los pueblos, es decir que las autoridades locales deben promover el planteamiento de proyectos de emprendimiento que permitan atraer a turistas y dinamizar la economía local, mientras que el 13% expresa que no y el 33% tal vez.

8. ¿Considera usted que la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo?

Cuadro 13. Opinión de la zona y las actividades de agroturismo.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
En total acuerdo	50	13%
De acuerdo	80	22%
En desacuerdo	242	65%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 8. Opinión de la zona y las actividades de agroturismo.

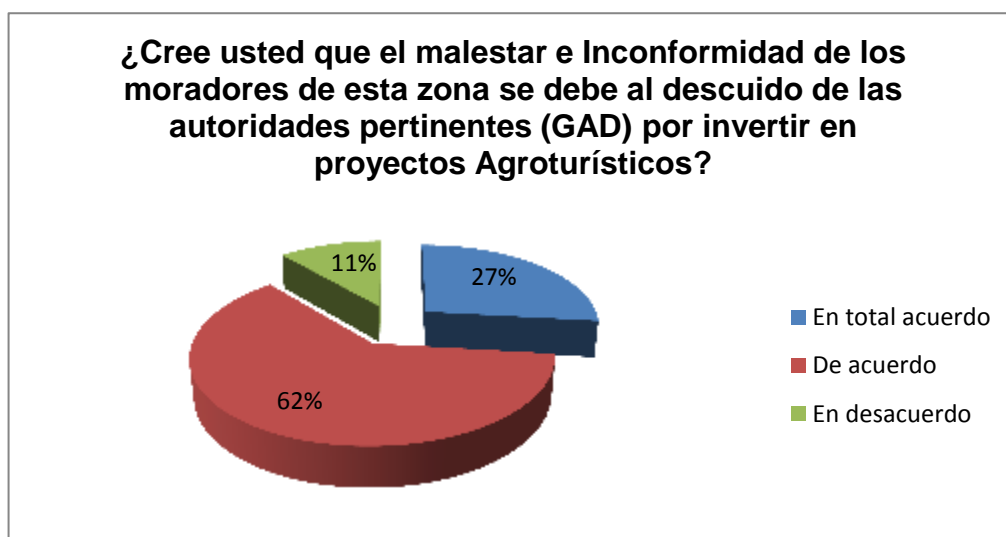
Lectura interpretativa: Los resultados demuestran que para el 13% de los encuestados la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo, mientras apenas el 275 está de acuerdo y el 65% en desacuerdo, es decir que falta la capacitación constante de sus habitantes, así como la infraestructura y difusión gastronómica que permita reactivar el turismo de la parroquia.

9. ¿Cree usted que el malestar e Inconformidad de los moradores de esta zona se debe al descuido de las autoridades pertinentes (GAD) por invertir en proyectos Agroturísticos?

Cuadro 14. Opinión sobre descuido del GAD por invertir en proyectos Agroturísticos

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
En total acuerdo	100	27%
De acuerdo	230	62%
En desacuerdo	42	11%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 9. Opinión sobre descuido del GAD por invertir en proyectos Agroturísticos

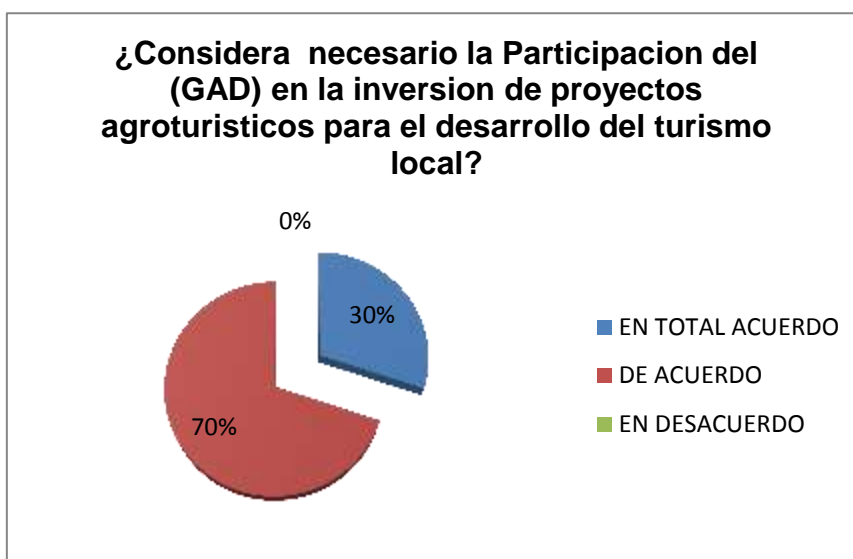
Lectura interpretativa: Los resultados demuestran que para el 27% de los encuestados existe un malestar generalizado en la población debido al descuido y poca predisposición de las autoridades para fortalecer el desarrollo del Agroturismo, es decir que se debe priorizar la práctica turística y gastronómica en la zona, convirtiéndola en un agente dinamizador de la economía local, mientras que el 62% está de acuerdo y el 11% en desacuerdo.

10. ¿Considera necesario la participación del GAD en la inversión de proyectos Agroturísticos para el desarrollo del turismo local?

Cuadro 15. Opinión sobre la participación de GAD y el desarrollo del turismo local.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
En total acuerdo	112	30%
De acuerdo	260	70%
En desacuerdo	0	0%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 10. Opinión sobre la participación de GAD y el desarrollo del turismo local.

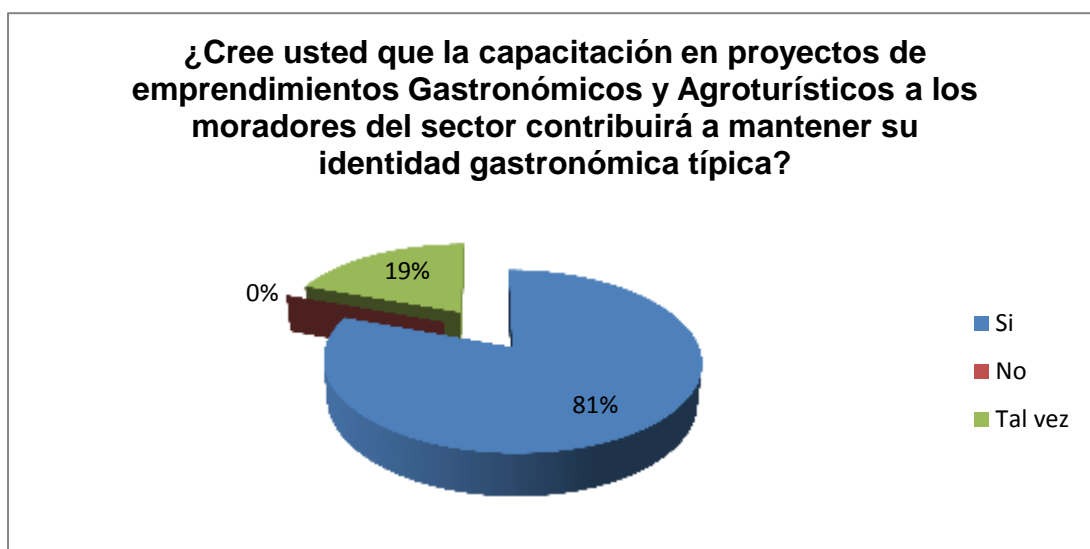
Lectura interpretativa: Los resultados evidencia que el 305 de los encuestados están en total acuerdo que el GAD Parroquial intervenga en la realización de proyectos de desarrollo Agroturísticos, así mismo el 70% manifiesta está de acuerdo, es decir que el 100% de la población coincide en la necesidad de incentivar el dinamismo de la economía local por medio del turismo y contribuir al desarrollo de la parroquia, proveyendo de nuevas oportunidades comerciales a sus habitantes, con la finalidad de disminuir el éxodo de los mismos a otras regiones.

11. ¿Cree usted que la capacitación en proyectos de emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos a los moradores del sector contribuirá a mantener su identidad gastronómica típica?

Cuadro 16. Opinión sobre las capacitaciones de emprendimiento en el sector.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	300	81%
No	0	0%
Tal vez	72	19%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 11. Opinión sobre las capacitaciones de emprendimiento en el sector.

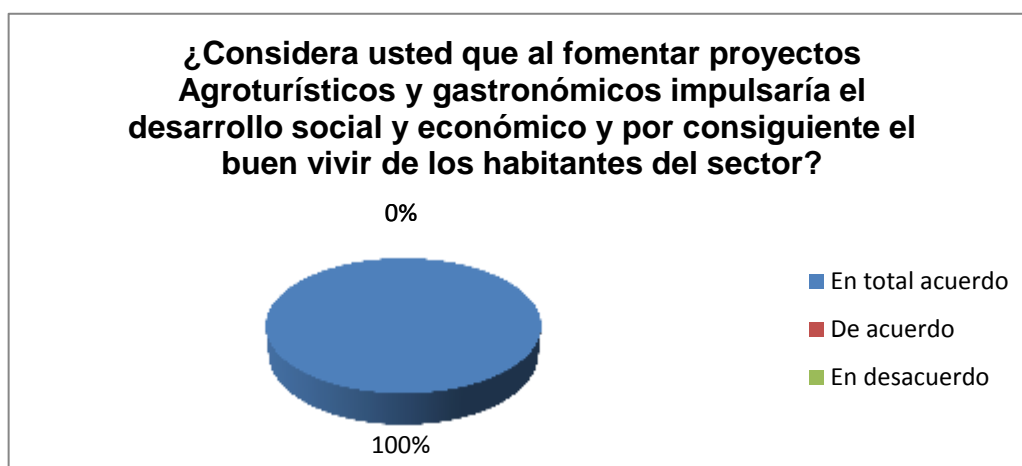
Lectura interpretativa: El 81% de los habitantes encuestados considera que la capacitación constante en proyectos de emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos contribuyen a rescatar la identidad de los pueblos, es decir que la elaboración de comidas típicas fortalecería el turismo de la parroquia, a la vez que dinamiza el nivel socioeconómico de sus habitantes, mientras que el 19% expresa solo que tal vez.

12. ¿Considera usted que al fomentar proyectos Agroturísticos y gastronómicos impulsaría el desarrollo social y económico y por consiguiente el buen vivir de los habitantes del sector?

Cuadro 17. Opinión sobre los proyectos de emprendimiento para el desarrollo socioeconómico del sector.

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
En total acuerdo	372	100%
De acuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 12. Opinión sobre los proyectos de emprendimiento para el desarrollo socioeconómico del sector.

Lectura interpretativa: El 100% de los encuestado coinciden en que el fomento adecuado por parte de las autoridades y la capacitación constante de sus habitantes en proyectos Agroturísticos y gastronómicos mejoraría el desarrollo social y económico de la zona, es decir que la reactivación del turismo en este sector es prioritaria, de ahí que sus habitantes deben mejorar su nivel de motivación y contribuir al cambio de la infraestructura turística para captar nuevos visitantes y general una actividad comercial más sólida.

ENTREVISTA REALIZADA AL SR. AGAPITO PÉREZ DE LA ASOCIACIÓN “NUEVOS HORIZONTES”

Preguntas

¿Cree usted importante utilizar los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo?

Por supuesto, sería muy importante ya son productos cultivados en nuestra zona y mayormente vendidos para exportación, mas no son aprovechados ni utilizados por nosotros, los moradores de la parroquia.

¿Cree usted que al promocionar el turismo gastronómico aumentara la demanda de los visitantes?

Claro que sí, porque si algo no tiene promoción no puede ser conocido por un consumidor, entonces si promocionamos nuestra gastronomía atraerá a los turistas ya que ellos vendrán a degustar los diferentes platos que se puedan ofrecer.

¿Considera usted que la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo?

No, no estamos preparados para incursionar en el ámbito turístico, mas no por falta de superación e interés sino por falta de capacitaciones, los moradores del sector estamos necesitamos pequeñas bases de contabilidad, servicio al cliente y turismo en general.

¿Considera usted necesaria la participación del GAD con la inversión de proyectos turísticos para el desarrollo del turismo local?

Considero muy importante ya que el GAD es una de las entidades que más debe interesarse por invertir en proyectos turísticos ya que esto ayuda social y económicamente al sector.

¿Considera usted que al fomentar proyectos Agroturísticos y gastronómicos impulsaría el desarrollo social y económico y por consiguiente el buen vivir de los habitantes del sector?

Es muy importante la implementación de nuevos proyectos ofertando principalmente el turismo, ya que con ello podemos obtener el desarrollo social y económico del sector como lo mencione anteriormente, obtendríamos nuevas plazas de empleo para muchos habitantes y por lo consiguiente el buen vivir. El turismo es un aporte muy importante para el desarrollo de una localidad, si la parroquia se involucra en el turismo contribuiremos no solo al desarrollo del sector sino también del cantón Milagro.

ANÁLISIS:

En la primera entrevista efectuada al Sr. Agapito Pérez el cual es agricultor, propietario de una finca y presidente de la asociación agrícola “Nuevos Horizontes” manifiesta su favorable opción acerca de impulsar la gastronomía típica y con ello el desarrollo agroturístico del sector. Sin embargo, nos comenta que no existen proyectos para impulsar el turismo y tampoco cuentan con el apoyo de las autoridades pertinentes y considera muy importante la participación de los mismos. El Sr. Agapito Pérez resalta su interés por incursionar en el ámbito turístico y en todas las actividades relacionadas con el agro, ya que con esto podrán mejorar social y económicamente.

**ENTREVISTA REALIZADA A LA SRA. MELISSA FREIRE, PRESIDENTA DEL
GAD PARROQUIAL**

Preguntas:

¿Cree usted importante utilizar los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo?

Sí, ya que esto ayudaría a los agricultores donde sus productos se puedan comercializar dándose a conocer la calidad de los mismos y más aún los recintos que existen en esta zona.

¿Cree usted que al promocionar el turismo gastronómico aumentara la demanda de los visitantes?

Claro que sí, porque tendrán un motivo para que así visiten nuestra parroquia y degusten de nuestra gastronomía.

¿Considera usted que la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo?

No, no estamos preparados aun para este gran reto como lo es el agroturismo junto con las actividades que se puedan realizar.

¿Considera usted necesaria la participación del GAD con la inversión de proyectos turísticos para el desarrollo del turismo local?

Sí, es muy necesaria ya que conociendo el espacio de la localidad se podrían hacer grandes cosas como este gran proyecto, pero lastimosamente el presupuesto no da para esta inversión.

¿Considera usted que al fomentar proyectos Agroturísticos y gastronómicos impulsaría el desarrollo social y económico y por consiguiente el buen vivir de los habitantes del sector?

Si es muy importante la implementación de nuevos proyectos promocionando principalmente el turismo de esta zona agrícola, ya que con ello podemos obtener el desarrollo social y económico del sector, y un gran aporte para el desarrollo de nuestra localidad.

ANÁLISIS:

En la segunda entrevista efectuada a la presidenta de la junta parroquial Sra. Melisa Freire manifiesta lo importante que sería impulsar la gastronomía típica rescatando su propia identidad, ya que con ello ayudara el desarrollo agroturístico del sector. Sin embargo, nos comenta que no existe el presupuesto para gestionar proyectos de esta índole.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Los resultados obtenidos en la investigación confirman que Milagro al ser un cantón agrícola y comercial, y posee la parroquia rural Roberto Astudillo la cual tiene un gran potencial para realizar actividades gastronómicas y agroturísticas por su gran variedad desarrollada en la zona, de esta manera poder así promocionar el turismo gastronómico que se persigue y aumentar la demanda de los turística a este sector. Esto fue manifestado por los entendidos de la materia como son los integrantes de las diferentes asociaciones de agricultores y la presidenta de la junta parroquial.

Además, tiene mucha importancia el acotar el interés de los agricultores en incursionar a las actividades Agroturísticas para el gran desarrollo social y económico y por ende el Plan del Buen Vivir en los habitantes del sector, tomado como referente el circuito turístico en la parroquia rural de Roberto Astudillo, que es el punto de partida para este proyecto enfocándose a convertir a este sector en un importante centro de atracción turística y sobre todo en el campo gastronómico utilizando para ello toda la producción que ofrece la tierra regionaria y que desconocen sus habitantes que se puede convertir como una fuente de ingreso para ellos.

4.3 RESULTADOS

Los resultados demuestran que el 27% de los encuestados si poseen conocimiento de la gastronomía típica que posee la Parroquia Roberto Astudillo, mientras que para el 67% su desconocimiento es total y apenas el 6% manifiesta que tal vez, es decir que se debe fomentar una difusión masiva y capacitación de emprendimiento para dinamizar el desarrollo Agroturístico de la zona. Del mismo modo, el 75% de los encuestados la determinación efectiva de la variedad gastronómica que posee el sector fomentaría el desarrollo del Agroturismo en la Parroquia Roberto Astudillo, mientras que para el 6% su opinión es negativa y apenas el 19% expresa que tal vez, notándose una desmotivación colectiva debido al desinterés de las autoridades en proyectar una visión de emprendimiento generalizado en sus habitantes.

Por otro lado, el 50% de los encuestados considera importante la utilización de los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer la realización de programas de difusión gastronómica que permita el dinamismo económico de sus habitantes, mientras que el 35% lo considera solamente importante y el 15% poco importante, es decir que la capacitación efectiva de los agricultores induciría un cambio en su perspectiva sobre las actividades turísticas.

Así mismo, el 100% de los encuestados considera que la promoción efectiva del turismo gastronómico permitiría el incremento de turistas a esta zona, lo que beneficiaría económicamente a sus habitantes, quienes proyectarán la realización de nuevas tendencias comerciales enfocadas a mejorar su calidad de vida, amparándose de esta forma en el aporte que cimienta el Plana Nacional del Buen Vivir en sus objetivos 3 y 4. El 67% de los encuestados el turismo gastronómico constituye un factor determinante para establecer el desarrollo del turismo en la zona, tal es así que la difusión efectiva de la diversidad de platos típicos atrae el consumo de propios y extraños, quienes se interesan en deleitar su paladar con la adquisición de platos tradicionales que generan un agente económico directo de gran significancia en sus habitantes, mientras que el 27% expresa que poco y el 6% nada.

El 54% de los encuestados considera que el rescate de los platos tradicionales contribuye a la devolución de la identidad gastronómica de los pueblos, es decir que las autoridades locales deben promover el planteamiento de proyectos de emprendimiento que permitan atraer a turistas y dinamizar la economía local, mientras que el 13% expresa que no y el 33% tal vez. Para el 13% de los encuestados la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo, mientras apenas el 27% está de acuerdo y el 65% en desacuerdo, es decir que falta la capacitación constante de sus habitantes, así como la infraestructura y difusión gastronómica que permita reactivar el turismo de la parroquia.

De la misma forma, el 27% de los encuestados existe un malestar generalizado en la población debido al descuido y poca predisposición de las autoridades para fortalecer el desarrollo del Agroturismo, es decir que se debe priorizar la práctica turística y gastronómica en la zona, convirtiéndola en un agente dinamizador de

la economía local, mientras que el 62% está de acuerdo y el 11% en desacuerdo.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 18. Verificación de las Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN DE RESULTADOS
Si se determina la variedad de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón milagro entonces se contribuirá en el desarrollo del agroturismo.	En la pregunta 2, los encuestados indicaron que al determinar la variedad de la gastronomía típica del sector contribuirá con el desarrollo del agroturismo.
Si se conoce la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo entonces incrementara el número de visitantes en el sector.	Esta hipótesis es verificada a través de la pregunta 4 de la encuesta aplicada a los habitantes, donde el 100% expresa que la promoción de los productos aumentaría el desarrollo turístico
Si se promociona el turismo gastronómico aumentará su demanda.	Esta hipótesis es verificada a través de la pregunta 8 de la encuesta aplicada a los habitantes, donde el 65% de habitantes del sector que están en desacuerdo aduciendo que la zona no está preparada para realizar actividades de agroturismo.

<p>Si las autoridades pertinentes se interesan por invertir en el desarrollo del turismo local entonces generará satisfacción a los moradores del sector.</p>	<p>Esta hipótesis es verificada a través de la pregunta 8 de la encuesta aplicada a los habitantes, donde el 62% de la población indica que el malestar e Inconformidad de los moradores de esta zona se debe al descuido de las autoridades pertinentes (GAD) por invertir en proyectos Agroturísticos</p>
<p>La capacitación en proyectos de Emprendimientos Gastronómicos y Agroturísticos a los moradores del sector contribuirá a mantener su Identidad gastronómica típica.</p>	<p>Esta hipótesis es verificada a través de la pregunta 10 de la encuesta aplicada a los habitantes, donde el 81% considera que es necesaria la capacitación constante.</p>

Fuente: encuesta aplicada a los habitantes e integrantes de asociaciones agrícolas.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

Difusión de la Gastronomía Típica para fomentar el Desarrollo Agroturístico en los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo y promover el cambio de la matriz productiva de la región.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El turismo es una actividad que se puede desarrollar en diferentes áreas entre ellas agrícola, productiva, de construcción, y de fabricación utilizadas para ofertar los bienes y servicios destinados para satisfacer las expectativas de los turistas. De esta manera se puede permitir dar un servicio que depende de las riquezas y la variedad de atractivos con las que cuenta una determinada zona.

El turismo según la OMT (Organización Mundial del Turismo), lo define como el conjunto de actividades que emprenden los turistas durante el lapso de tiempo que permanecen en un lugar diferente al de su residencia habitual con el fin ocio o negocio u por otros motivos en general.

El turismo se acostumbra a definir como una actividad diversa que requiere de la intervención de algunas áreas entre ellas: agrícola, de construcción, productiva y de fabricación, para ser utilizadas en la oferta de servicios y bienes destinados a la satisfacción de las expectativas de los turistas. Originándose de esta manera un servicio que depende de forma íntima de las riquezas y de la variedad de atractivos con las que cuenta una localidad determinada.

La actividad turística ofrece la posibilidad de conocer y experimentar de forma directa con los procesos de producción de fincas y crías de animales domésticos además de la degustación de productos. Partiendo de una óptica económica, incluye numerosos subsectores agrícolas que se beneficiarán. La estabilidad de los recursos en los destinos turísticos, posibilitan el desplazamiento, por lo tanto los propietarios de las fincas dan la posibilidad de conocer los cultivos que poseen y sus vivencias como campesinos.

De esta forma es que el turismo mediante la intervención de la industria de viajes, establece un vínculo directo entre el turista y el servicio al que desea, es decir, (alojamiento, transportación, formas de viajar, agencias de viajes entre otros). Según el Ministerio de Turismo en Ecuador, en el informe propuesto por el Plan de Tour 2020 establece los productos turísticos que tiene el Ecuador para ofrecer a los turistas, entre ellos podemos destacar:

Agroturismo: Es un tipo de turismo que se desarrolla en fincas o haciendas, ubicadas en las zonas rurales, en donde se puede observar la producción de los cultivos propios del lugar, conviviendo con la naturaleza y disfrutando la belleza paisajista del sector.

Es por eso que este proyecto se basa en el agroturismo tomando la iniciativa de dar a conocer la variedad de la gastronomía típica de la Parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro, razón por la cual es necesaria la capacitación a los habitantes en conocimientos básicos de turismo y conjuntamente la implementación de una ruta agroturística utilizando los productos que ofrece la zona para así impulsar su gastronomía logrando así que los principales beneficiarios sean los moradores del sector que estén interesados en emprender proyectos turísticos.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Esta propuesta que fue detenidamente analizada y tiene como objetivo el beneficiar a los habitantes de la parroquia Roberto Astudillo para que de esta manera puedan mejorar la calidad de vida de los participantes y obteniendo un desarrollo socioeconómico en el sector, y su competitividad dentro del sector

turístico, lo cual también tiene beneficio directo e indirecto en los clientes potenciales.

Ecuador cuenta con una diversidad atractivos turísticos naturales, así lo informa el Plan de Tour 2020 en su último informe, lo cual comprobamos que el país se puede desarrollar turísticamente aprovechando sus zonas rurales ya que son el principal atractivo para nacionales e extranjeros.

La propuesta planteada busca promocionar los diferentes atractivos agrícolas que puede ofrecer la Parroquia, a través de la creación de circuito agroturístico y mediante la previa capacitación a los finqueros o personas interesadas en incursionar en el sector turístico, ya que el turismo a más de aumentar la economía del país o región hoy en día se ha convertido en una buena alternativa para crear fuentes de empleo y así mejorar los ingresos económicos a sectores que cuentan con atractivos naturales poco aprovechados y desarrollados.

A fin de aprovechar el interés de los recursos Naturales, culturales y el interés de los habitantes que la parroquia posee, apropiados para esta actividad, se prevé el planteamiento de dicha estrategia que ayudará al incremento del turismo. Es así que contamos con la predisposición de los propietarios de fincas y haciendas que existen en la parroquia y sus alrededores, por esta razón se considera que el proyecto es viable para realizar la creación del circuito Agroturístico y sea aprovechado de la mejor manera por los habitantes del sector.

La presente propuesta se encuentra diseñada para promocionar las diversas formas de turismo rural de sectores que se encuentran en condición de ofertarlo y de esta forma cubrir la demanda con características socioculturales diferentes, pero con un factor común, la necesidad de buscar lugares de esparcimiento y recreación y su deseo de romper con la rutina, razón que es suficiente para lograr la visita de turistas a nuestro atractivo rural.

Conforme con estos ámbitos, la propuesta será de fomentar y de difundir el agroturismo, turismo ecológico y turismo rural, además de lograr el desarrollo socioeconómico de estos sectores.

En conclusión, esta propuesta busca contribuir al desarrollo socioeconómico de la zona rural del cantón Milagro, erradicando la pobreza con la creación de pequeñas plazas de empleo a través de la actividad turística, y que sea tomado como ejemplo para luego desarrollar esta propuesta en otras parroquias incluyendo a toda la comunidad agrícola del cantón.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Incrementar la actividad turística en la parroquia Roberto Astudillo a través de la capacitación de sus habitantes que permita fortalecer el desarrollo Agroturístico del sector.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

1. Impulsar la Gastronomía Típica del sector por medio de la difusión efectiva del Circuito Agroturístico.
2. Diseñar estrategias de publicidad para ofertar productos del sector que permita dinamizar la economía de sus habitantes.
3. Contribuir al desarrollo socioeconómico de la Parroquia Roberto Astudillo por medio del fortalecimiento del Circuito Agroturístico del Sector.

5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

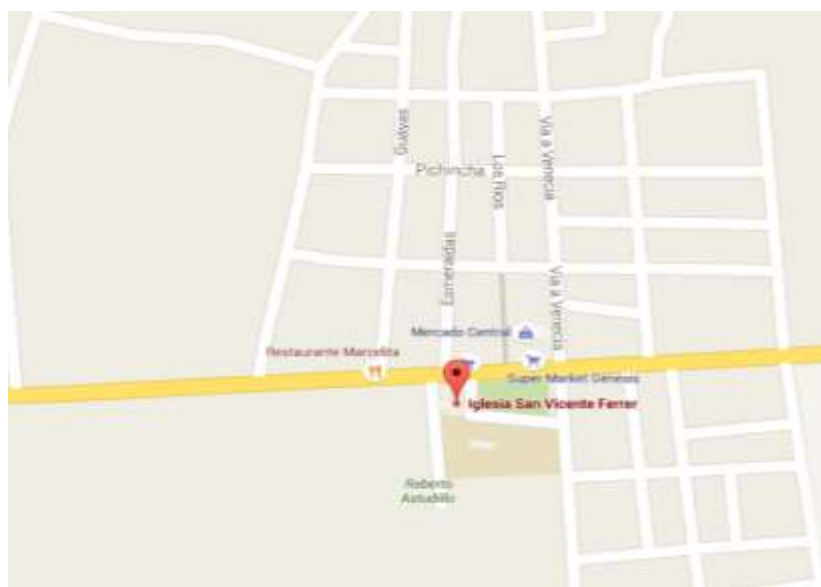
Región: Litoral o Costa

Cantón: Milagro

Localización: Parroquia Roberto Astudillo

Sector empresarial: Turístico

Nuestra propuesta se llevará a cabo en la provincia del Guayas, en el cantón Milagro, posesionándose en una de sus principales parroquias rurales como es Roberto Astudillo, localización en donde se dan los cultivos que serán utilizados para resaltar su gastronomía y con ello llegar al desarrollo agroturístico del sector.



Fuente: Google maps.
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 13. Ubicación geográfica de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Esta investigación alega la viabilidad que tiene el ejecutar una propuesta de esta magnitud por su diseño y creación de un circuito agroturístico ya que consta con un gran potencial agrícola por esta razón debe ser considerada como un destino turístico para así aportar al desarrollo social y económico del sector.

Administrativa: La presente propuesta es considerada factible desde el punto de vista administrativo ya que contara con la previa capacitación a cada uno de los participantes en de este proyecto, en información general del turismo, buenas prácticas de manufactura, servicio al cliente, entre otros temas que serán de suma importancia al incursionas en el mundo del turismo.

Legal: Considerando el punto de vista legal, se hace referencia en la ley del Turismo Actual donde se manifiesta la iniciativa y participación en proyectos turísticos de las comunidades agrícolas, indígenas y afro ecuatorianas, que conservando su identidad cultural y protegiendo el medio ambiente se busca resaltar un producto turístico, es así que se da la creación del circuito agroturístico en la zona rural del cantón Milagro, buscando un interés de desarrollo local y regional, como lo establece la ley de turismo.

Presupuesto: Los participantes interesados en ampliar sus negocios fincas o haciendas deberán acercarse a la C.F.N. (corporación financiera nacional) a solicitar un crédito con el valor determinado de su inversión, el cual deberá regirse a una tasa de interés anual, con un plazo de 5 años, el préstamo será otorgado si la institución está interesada en invertir en el proyecto.

Técnico: Desde el punto de vista técnico el circuito agroturístico se llevara a cabo en el espacio geográfico de la parroquia rural Roberto Astudillo del cantón Milagro, donde podremos disfrutar de un fin de semana al estilo campestre conociendo los productos agrícolas cultivados en este sector y degustando la comida típica ofrecida en el mismo.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El desarrollo de la propuesta se enfoca en el diseño de talleres de capacitación dirigidos a los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro, cuya finalidad se enfoca en fomentar el desarrollo del Agroturismo en el sector y permitir el lineamientos de los objetivos establecidos en el Plan del Buen Vivir, ya que se destaca el objetivo #3 donde menciona (mejorar la calidad de vida de la población).

Para aquello se plantea la siguiente estructura:

- ✓ Información básica del Turismo y sus modalidades
- ✓ Servicio al cliente

- ✓ Buenas prácticas de manufacturas
- ✓ Técnicas de Guianza
- ✓ Primeros auxilios
- ✓ Nociones matemáticas y contables
- ✓ Gastronomía típica y,
- ✓ Repostería

La capacitación se la aplicara en la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo, la misma que busca mejorar la calidad de vida de los habitantes, a la vez que se inducir una serie de conocimientos sobre los principios básicos del turismo y la generación de procesos contables, factores esenciales para dinamizar su economía, mejorando la actividad turística de la zona, tal es así que el trabajo mancomunado con las autoridades locales promulgaran la reactivación turística de la zona, muy necesaria para la economía local, regional y nacional.



Fuente: Propia
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 14. Logo de difusión del Agroturismo & Gastronomía en la Parroquia Roberto Astudillo



Fuente: Propia
 Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 15. Modelo de Gestión en Puntos específicos

Misión

Difundir la Gastronomía Típica de la zona Rural de la Parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro por medio de la capacitación constante de sus habitantes que permita el desarrollo del agroturismo en el sector.

Visión

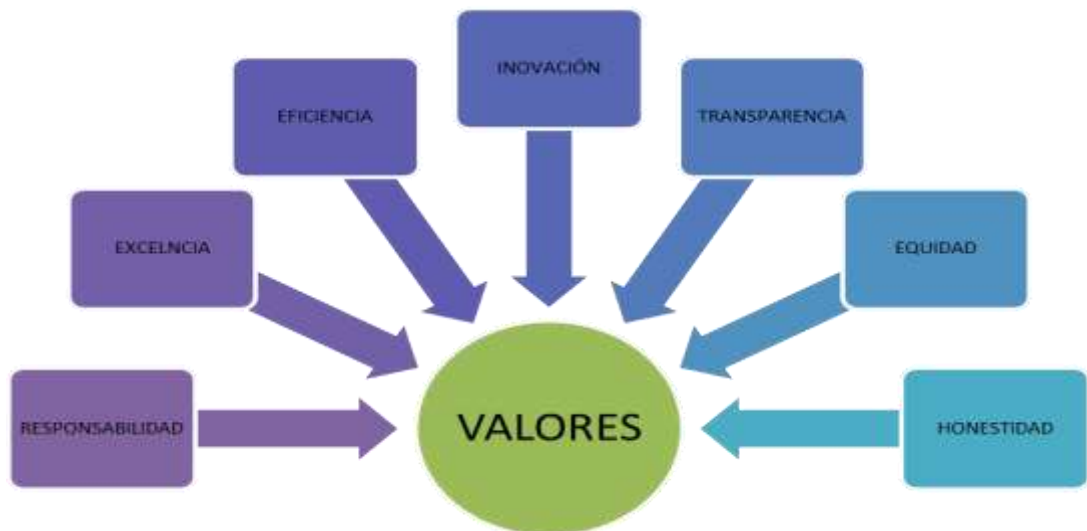
Convertirse en un Modelo de Gestión que permita la difusión de la Gastronomía Típica de la zona Rural de la Parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro, así como el crecimiento sostenible de la economía de sus habitantes contribuyendo al dinamismo de la actividad turística comunitaria preservando el medio ambiente y teniendo como base primordial el cambio de matriz productiva.

Objetivos del circuito

- Impulsar la actividad turística mediante la promoción de la gastronomía y el agroturismo.
- Mejorar la calidad de vida del sector rural mediante la creación de fuentes de empleo para los habitantes de la parroquia.
- Capacitar en proyectos de emprendimientos turísticos a los propietarios de fincas y haciendas del sector.

Valores de la propuesta

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Excelencia
- ✓ Eficiencia
- ✓ Innovación
- ✓ Transparencia
- ✓ Equidad
- ✓ Honestidad



Fuente: Propia
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 16. Valores de la propuesta

ANÁLISIS FODA

Cuadro 19. Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con fincas y viveros que son objetivo de atracción turística. • Capacitación turística a los participantes. • Propietarios de fincas interesados y comprometidos en brindar un buen servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la actividad turística en la parroquia con la llegada del tren. • Poca competencia local. • Apoyo y colaboración de los moradores y propietarios de fincas y haciendas.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de promoción gastronómica y turística del sector. • Poca señalización turística. • Inexperiencia en el ámbito turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del desempleo. • Preferencia del turista por viajar a otras ciudades o países. • Vías de acceso en mal estado.

Elaborado por: Diana Solís y Juliana González.

Planteamiento de ejecución

Por medio de un recorrido por las diversas fincas y haciendas involucradas en la presente propuesta. Se observa la falta de capacitación y formación en el área turística, por lo cual se origina la necesidad de ejecutar un plan de capacitación continua a los habitantes de esta zona con la finalidad de ofertar un servicio de calidad a los turistas y con ello generar una buena experiencia o vivencial visitante.

Ante aquello, se ofrecerá un programa de capacitación a los interesados en incursionar en la industria turística contando con el apoyo del Ministerio de Turismo, ya que ofrece de manera gratuita el capacitador o programas de capacitación dirigido a estos sectores agrícolas prestadores de servicios turísticos, guías turísticos, entre otros.

El propósito de la ejecución de los talleres es beneficiar a los habitantes de las zonas rurales y fortalecer sus conocimientos en el área turística, facilitando el dinamismo de la economía y la creación de un conjunto de proyectos turísticos como producto del trabajo en mancomunado entre las autoridades locales y la población.

Diseño de plan de mercadeo

Para realizar el diseño de plan de mercadeo en el circuito se realizara un estudio previo detallado de marketing.

Precio: Conociendo cual sería el mercado objetivo se podría determinar el precio el cual será responsabilidad de cada uno de los propietarios de las fincas y haciendas ya que son ellos los concedores de los productos a ofrecer.

Plaza: Nuestro mercado competitivo es muy amplio ya que existen muchos sectores ofreciendo productos similares en la zona rural de los cantones cercanos. Estará centrado en acoger a grupo de visitantes de todas las edades quienes desean disfrutar de una tarde campestre disfrutando de la naturaleza y la gastronomía típica.

Publicitaria: Esta contara con la ayuda del GAD parroquial ya que ayudaran con la promoción del circuito para que los interesados en visitar la parroquia tengan en cuenta que lugares turísticos y comida típica que pueden encontrar en esta zona.

Promoción: Cada una de las fincas y haciendas participantes crearan sus productos a ofrecer, los cuales serán promocionados por medio de las redes sociales dando a conocer sus productos y promociones.

PLAN DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO DEL CANTÓN MILAGRO

Cuadro 20. Plan de promoción y difusión Gastronómica

CREACIÓN DE LA MARCA	
Descripción:	
Diseñar la marca Turística para promocionar la diversidad gastronómica que posee la zona Rural de la Parroquia Roberto Astudillo.	
Requerimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Como requerimiento se utilizara estrategias de promoción y difusión turística, logrando establecer un distintivo propio del sector, donde se plasme las bondades y virtudes del sitio. ✓ Utilizar colores llamativos en especial que representen que es parte de la parroquia. 	
Recursos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ PhotoShop, ✓ Illustrator, ✓ Coreldraw. 	
Costo:	\$ 15.00



Fuente: Propia
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Figura 17. Creación de la marca

Cuadro 21. Medios de Difusión

MEDIOS DE DIFUSIÓN	
Descripción:	
Determinar el uso de redes sociales, radio, televisión, medios impresos, portal web para la difusión de la Gastronomía Típica de la Parroquia “Roberto Astudillo”	
Requerimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Difundir actividades a través de un sitio Web ✓ Compartir información a través de redes sociales 	
Recursos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Internet, ✓ Host y Dominio para la página Web ✓ herramientas para edición de audio y video (Adobe Audition, MovieMarkert). 	
Costo:	\$ 100.00

Fuente: Propia

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Cuadro 22. Publicidad Visual

PUBLICIDAD VISUAL	
Descripción:	
Diseño de vallas publicitarias sobre las ferias gastronómicas a realizarse en la zona.	
Requerimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar los espacios físicos estratégicos para la colocación de las vallas. 	
Recursos:	
Construcción de la estructura metálica que sostendrá la valla publicitaria.	
Costo:	\$ 200.00

Fuente: Propia

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Cuadro 23. Material Publicitario

MATERIAL IMPRESO DE PUBLICIDAD	
Descripción:	
Diseño del material publicitario impreso sobre la diversidad gastronómica de la zona.	
Requerimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotografías de las comidas típicas ✓ Listado de comidas ✓ Horarios de ferias y lugares a ser visitados por los turistas 	
Recursos:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digiticos ✓ Trípticos 	
Costo:	\$ 50.00

Fuente: Propia
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González



Figura 18. Promoción de los Talleres de Capacitación

Circuito Agroturístico

AGROTURISMO EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO

RECORIDOS POR LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA ZONA

Vivero "Samaniego"

- Conoce la flora de esta zona y participa en el proceso de siembra de alguna especie.

Finca "El Chaparral"

- Observa el proceso de siembra y manipulación del cacao, degusta del chocolate artesanal y su gastronomía típica. Recorrido en bicicleta hasta, finca "La Abuelita"

Finca Ecoturística "La Abuelita"

- Ven y disfruta de una tarde campestre, y de juegos recreativos, participa en la preparación el pan hecho en horno de leña y gastronomía típica a ofrecer. Hospedaje en sus acogedoras cabañas, (opcional).

"Belinda Bambú"

- Conoce la variedad de bambú que existen en este lugar , y realiza compra de artesanías.



Fuente: Propia
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Figura 19. Díptico promocional de los lugares gastronómicos

Cuadro 24. Costo de difusión

ESTRATEGIAS	COSTO EN DÓLARES
CREACIÓN DE LA MARCA	\$ 15,00
MEDIOS DE DIFUSIÓN	\$ 100,00
PUBLICIDAD VISUAL	\$ 200,00
MATERIAL IMPRESO DE PUBLICIDAD	\$ 50,00
TOTAL DEL PLAN	\$ 365,00

Fuente: Propia
Elaborado por: Diana Solís, Juliana González

Planes de Capacitación

Para incursionar en la industria turística con la modalidad del agroturismo en el cantón Milagro se deberá realizar las siguientes actividades:

Cuadro 25. Capacitación para emprendimientos turísticos

PLANES DE CAPACITACIÓN A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO
Con esta capacitación se busca fortalecer las actitudes y aptitudes de cada uno de los participantes, ampliar sus conocimientos en el ámbito turístico, para mejorar su calidad de vida e incentivar a la participación en proyectos turísticos en su localidad.
Meta
Capacitar a los propietarios de fincas y haciendas del sector.
Actividades
1- Elaboración del programa de capacitación en general.
2- Oficio a la institución (UNEMI, MINTUR) para solicitar programas de vinculación y capacitación a los moradores de la parroquia Roberto Astudillo.
3- Aprobación de la institución interesada en el programa de capacitación.
4- Elaboración de material didáctico.
5- Preparación del espacio físico.
6- Ejecución
7- Seminario de capacitación.
8- Talleres: Teóricos & prácticos
9- Evaluación del programa de capacitación.
10-Preparación del informe final
11-Clausura de la capacitación y presentación del circuito agroturístico.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

Cuadro 26. Temas para el programa de capacitación

Actividad Turística	Contenido
	<ul style="list-style-type: none"> • Información básica del Turismo y sus modalidades.
	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas prácticas de manufactura.
	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de guianza
	<ul style="list-style-type: none"> • Primeros auxilios
	<ul style="list-style-type: none"> • Nociones matemáticas y contables
	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de coctelería
	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de gastronomía típica
	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de repostería
Formas de impartir	<ul style="list-style-type: none"> • Seminario de capacitación semanal
	<ul style="list-style-type: none"> • Material de apoyo físico
	<ul style="list-style-type: none"> • Material de virtual
	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres prácticos
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • La evaluación será teórica & práctica, se la llevara a cabo al finalizar la capacitación, tomando en cuenta los temas tratados anteriormente.
Total de horas	<ul style="list-style-type: none"> • 40 horas • 8 horas intensivas días sábados. • 5 semanas.

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

5.7.1 Actividades

Para la correcta realización de la propuesta fue necesaria la ejecución de las siguientes actividades:

1. Elaboración del programa de capacitación en general.
2. Oficio a la institución (UNEMI, MINTUR) para solicitar programas de vinculación y capacitación a los moradores de la parroquia Roberto Astudillo.
3. Aprobación de la institución interesada en el programa de capacitación.
4. Elaboración de material didáctico
5. Preparación del espacio físico.
6. Talleres: Teóricos & prácticos

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.

Cuadro 27. Análisis de costos

EGRESOS	CANT.	GASTOS	TOTAL DE GASTOS
Costo de material didáctico	100	\$15,00	\$1,500
Esferos	100	\$0,35	\$35,00
Lápices	100	\$0,25	\$25,00
Carpetas	100	\$0,50	\$50,00
Cds	100	\$1,25	\$125,00
Box Lunch	500	\$1,25	\$625,00
varios	1	\$40,00	\$40
Sueldos y salarios	-	-	-
Capacitadores	-	-	-
Total Egresos		\$58,60	\$2.400,00

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

5.7.3 Impacto

El desarrollo de esta propuesta permitirá a los participantes optimizar sus actividades es decir, el impacto que causará la aplicación de este proyecto será de manera positivo, ya que en la parroquia Roberto Astudillo no existe ningún tipo de proyecto turístico y al realizarse esta propuesta estamos generando un desarrollo socioeconómico para la localidad y para la ciudad de Milagro, también se lograría rescatar la gastronomía típica local que se ha perdido con el pasar del tiempo, logrando así la promoción no solo turística sino también de los productos agrícolas que ofrece la zona.

Otro beneficio que se obtendría al realizarse este proyecto es, que se generará una afluencia de turistas no solo para la parroquia sino también para sectores aledaños y por supuesto al cantón Milagro.

Con la creación de este circuito agroturístico en la zona rural del cantón Milagro se contribuirá al desarrollo integral de la localidad, con la finalidad de ofrecer su gastronomía y potenciar el agroturismo utilizando y aprovechando favorablemente la belleza paisajística del sector.

Al ejecutar la propuesta se podrá evidenciar lo siguiente:

- Mejora en la calidad de vida de los participantes.
- Fuentes de empleo.
- Intereses por incursionar en el sector turístico.
- Mantener la cultura y tradición de la parroquia.
- Aumento en la demanda turística del sector.
- Promocionar la parroquia y el cantón apuntado destino turístico principal en la región.

Ante aquello, es necesario que las autoridades locales planifiquen una serie de proyectos a ser ejecutados como medidas compensatorias que permita reactivar el turismo en la parroquia, así como la constante capacitación a los habitantes sobre emprendimiento turístico, ya que el aporte de este elemento es fundamental para el desarrollo del Agroturismo en el sector.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 28. Cronograma

No.	MES	MARZO				ABRIL				MAYO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	SEMANAS												
	ACTIVIDAD												
1	Elaboración del programa de capacitación en general.												
2	Oficio a la institución (UNEMI, MINTUR) para solicitar programas de vinculación y capacitación a los moradores de la parroquia Roberto Astudillo.												
3	Aprobación de la institución interesada en el programa de capacitación.												
4	Elaboración de material publicitario												
5	Preparación del espacio físico para charlas												
6	Talleres: Teóricos & prácticos												

Elaborado por: Diana Solís, Juliana González.

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Se siguió varios lineamientos y se obtuvo favorables resultados:

- Se realizó la matriz del árbol de problemas, en la cual se identificó las causas que generan la problemática planteada.
- Para la toma de información real y certera sobre el problema planteado se aplica una encuesta a los habitantes y propietarios de fincas y haciendas en la parroquia Roberto Astudillo.

- Se analizó los resultados obtenidos, donde se determina la falta de capacitación turística de los moradores, y su interés por invertir en proyectos de esta rama.

El seguimiento de estos lineamientos permitirá:

- Crecimiento de la demanda turística a la parroquia.
- Implementar actividades dentro del recorrido como publicidad.
- Conservación de la cultura y tradición.
- Mejora y capacitación continua de los participantes.
- Mejora continua.
- Personal altamente competitivo.
- Toma de decisiones adecuadas en las próximas inversiones.
- Inversión de proyectos turísticos por iniciativa de los moradores.

CONCLUSIONES

- Uno de los objetivos del plan de capacitación pretende fortalecer los conocimientos básicos en el área turística, ya que muchos de los participantes no cuentan con la formación académica para desarrollarse en la industria turística y potenciar las actividades en esta zona.
- Impulsar la actividad turística en el sector es uno de los objetivos que se cumplirán al desarrollar este proyecto el cual vendrá de la mano con la promoción de su gastronomía típica que ofrecerán cada una de las fincas involucradas logrando así el desarrollo integral de la comunidad.
- Con el apoyo de las autoridades competentes GAD y Prefectura del Guayas se establecerán los trámites pertinentes en donde las entidades facilitaran a los capacitadores y brindaran apoyo logístico y publicitario antes, durante, y después de la capacitación en este sector, para el que circuito tenga suficiente acogida.
- Todo ello para contribuir al desarrollo socioeconómico de la parroquia y a su vez del cantón Milagro, mejorando la calidad de vida de los moradores al crear nuevas plazas de empleo en esta zona agrícola y aportando al cumplimiento de uno de los objetivos del Plan de Tur 2020 .

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Ministerio de Turismo brindar apoyo a los proyectos de emprendimientos turísticos principalmente en las zonas agrícolas del país, ya que la modalidad del agroturismo está siendo poco aprovechada y mal valorada por los propietarios de fincas o haciendas que cuentan con los atractivos naturales que despiertan el interés de un visitante.
- Es fundamental para la acogida de este circuito que los habitantes de esta zona se comprometan a satisfacer a los turistas brindando un servicio de calidad y difundiendo sus costumbres y tradiciones campestres ya que estas generaran buenas experiencias y vivencias al turista.
- Se sugiere a los interesados en este proyecto realizar una evaluación y seguimiento del circuito y a cada uno de sus puntos a visitar para comprobar que el plan de capacitación tuvo éxito y efectividad, mejorar posible errores que se puedan aparecer.

BIBLIOGRAFÍA

- (Toeb), P. d. (1999). *El Turismo en la Cooperación Técnica*. Obtenido de Birgit Steck: <https://www.giz.de/fachexpertise/downloads/es-turismo-ct-guia.pdf>
- Abatedaga, N. (2008). Las estrategias comunicacionales. En N. ABATEDAGA, *Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos* (pág. 187). Buenos Aires: Editorial Brujas.
- Acosta, C. (2011). *Publicidad Turística*. Recuperado el 02 de abril de 2014, de Compañía de Turismo en Puerto Rico: <http://iamcesaracosta.weebly.com/>
- Aguirre, V., & Jimmy, G. (28 de Septiembre de 2015). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Valoración gastronómica Luciana y propuesta recetario gastronómico del cantón Santa Lucía "Guayas Ecuador 2015": <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7998>
- Altés, C. (2011). *El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID*. Paper Series. Obtenido de El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID.
- Arleco Producciones. (14 de Febrero de 2010). *Influencia de la Publicidad en el Turismo*. Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de Blogitravel: <http://www.blogitravel.com/2010/02/influencia-de-la-publicidad-en-el-turismo/>
- Batedaga, N. (2012). estrategias Comunicacionales. En N. Batedaga, *Comunicación, Epistemología y metodología para planificar por consensos* (pág. 87). Buenos Aires: Editorial Brujas.
- Biblioteca Virtual. (s.f.). *La Publicidad*. Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de BIBLIOTECA VIRTUAL: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/kk/234.htm>
- Bravo Suárez, J. M. (12 de Febrero de 2016). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Diseño de una ruta gastronómica de los cantones Durán - Yaguachi para el desarrollo del turismo en la provincia del Guayas: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/9082>

- Cárdenas, L. (2005). La publicidad y el turismo. En L. Cárdenas, *La publicidad y el turismo* (pág. 105). México: Universidad Autónoma de México.
- Cardona, D. C. (22 de Septiembre de 2009).
<http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/politica/tesis219.pdf>. Obtenido de <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/politica/tesis219.pdf>
- edu, A. (2016). *Las oportunidades del diálogo intercultural* . Obtenido de Las oportunidades del diálogo intercultural y El desarrollo de las comunidades marginales a través del turismo cultural. Un caso de estudio: :
http://www.academia.edu/12034384/Las_oportunidades_del_di%C3%A1logo_intercultural_y_El_desarrollo_de_las_comunidades_marginales_a_trav%C3%A9s_del_turismo_cultural._Un_caso_de_estudio_South-East_Archeritage
- Eschborn, E. G. (1999). Obtenido de es.turismo.com:
<https://issuu.com/giancarlo.gallegos/docs/es-turismo-ct-guia>
- Escobar Donoso, L., & Pérez Molina, P. (23 de Agosto de 2012). *Escuela Superior Politécnica del Ecuador*. Obtenido de Gastronomía Ecuatoriana:
<http://www.docfoc.com/download/documents/104654337-gastronomia-ecuatoriana-monografia-escobar-perez>
- Ferrer Reig, M. C. (22 de Marzo de 2012). *Repositorio Universitat Politècnica de València*. Obtenido de Desarrollo del agroturismo en Andalucía: Lebrija como modelo de tradición e innovación: <http://hdl.handle.net/10251/15104>
- Frax, M. D. (2013). *El Grand Tour, antecesor del turismo moderno* . Obtenido de Museo Del Turismo FRAX:
<http://www.museodelturismo.org/index.php/exposiciones/historia-del-turismo/item/536-el-grand-tour-antecesor-del-turismo-moderno>
- GAD Roberto Astudillo. (2015). *GAD Parroquial Rural Roberto Astudillo*. Obtenido de Historia: <http://www.gadrobertoastudillo.gob.ec/historia/>
- García, M. (2011). La Inversión Publicitaria. En M. GARCÍA, *La clave de la Publicidad* (pág. 432). Madrid: ESIC.

- García, M. (2011). Publicidad turística. En M. GARCÍA, *Las claves de la publicidad* (pág. 76). Madrid: Esic Editorial.
- Guayas.gob. (12 de Agosto de 2010). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-azucar>
- Guayas.gob.ec. (9 de Agosto de 2011). *Guayas Turístico*. Recuperado el 9 de Enero de 2012, de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-azucar>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población Económicamente Activa (PEA)*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910_MILAGRO_GUAYAS.pdf
- Korstanje, M. E. ((2012)). *Turizam: znanstveno-stručni časopis*. 60(4), 369-384.: Examining the Norse mythology and the archetype of Odin: The inception of Grand Tour. .
- LLC, T. (2016). *Comunidad*. Obtenido de Comunidad: <https://gestionparaeldesarrollo.wikispaces.com/Comunidad>
- Ministerio de Turismo. (2012). *Programas y Servicios*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio de Turismo. (2013). *Ecuador, nominado a mejor destino gastronómico en los World Travel Awards*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-nominado-a-mejor-destino-gastronomico-en-los-world-travel-awards/>
- Ministerio del Turismo. (2014). *La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos*. Obtenido de Ministerio del Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>
- Ministerio de Turismo. (12 de Octubre de 2008). Recuperado el 2011 de Diciembre de 20, de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Morangues Cortada, D. (2013). *Organización de Estados Iberoamericanos*. Obtenido de Turismo, Cultura y Desarrollo: <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>

- Moretta Franco, A. (15 de Junio de 2010). *blog,ESPOL*. Recuperado el 8 de Enero de 2012, de <http://blog.espol.edu.ec/kmoretta/>
- ONU Nairobi, K. (Junio de 2014). *Medio ambiente*. Obtenido de <http://www.un.org/es/globalissues/environment/>
- Pardo Santana, O. (2013). *El Rincón Educador*. Obtenido de Turismo Educativo: <http://elrinconeducador.blogspot.com/2013/03/el-turismo-educativo-hacia-un-horizonte.html>
- Ruiz, E., & SOLIS, D. (2007). Turismo comunitario en Ecuador. En E. RUIZ, & D. SOLIS, *Turismo comunitario en Ecuador* (pág. 13). Quito: Ediciones EBYA-YALA.
- Solís González, S. E., & Vargas Castro, K. V. (13 de Marzo de 2013). *Repositorio Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN EL CANTÓN MILAGRO QUE PERMITA EL DESARROLLO LOCAL DE ESTA ZONA GEOGRÁFICA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1975>
- Thomsomp, I. (Octubre de 2008). *¿Qué es la Publicidad?* Recuperado el Abril de 02 de 2014, de Pronegocios.net: <http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>
- Vicuña Piedra, V. (2007). *Historia del Ingenio Valdez*. Recuperado el 16 de Marzo de 2014, de Historia del Cantón Milagro: <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/9-historia-del-ingenio-valdez/>

ANEXOS

Anexo 1



Universidad Estatal de Milagro

Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales

Carrera de Licenciatura en Turismo

Encuesta dirigida a los moradores de la Parroquia Roberto Astudillo

1) ¿Conoce usted si la Parroquia Roberto Astudillo posee gastronomía típica propia de la zona?

Si

No

Tal vez

2) ¿Cree usted que si se determina la variedad de la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo contribuirá en el desarrollo del agroturismo?

Si

No

Tal vez

3) ¿Considera usted importante el utilizar los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer su gastronomía típica?

Muy importante

Importante

Poco importante

4) ¿Está de acuerdo que al promocionar el turismo gastronómico aumentará la demanda de los visitantes?

Totalmente

Poco

Nada

5) ¿Cree usted que el turismo gastronómico representa un gran potencial de desarrollo turístico para el sector?

Mucho

Poco

Nada

6) ¿Cree usted que la decadencia de la demanda del turismo gastronómico se debe a la inadecuada promoción del mismo?

Mucho

Poco

Nada

7) ¿Usted cree que la tendencia de hoy en el rescate de los platos tradicionales le devuelve la identidad gastronómica típica al sector?

Si

No

Tal vez

8) ¿Considera usted que la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo?

En total acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

9) ¿Cree usted que el malestar e Inconformidad de los moradores de esta zona se debe al descuido de las autoridades pertinentes (GAD) por invertir en proyectos agroturísticos?

En total acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

10) ¿Considera necesario la participación del GAD en la inversión de proyectos agroturísticos para el desarrollo del turismo local?

En total acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

11) ¿Cree usted que la capacitación en proyectos de emprendimientos Gastronómicos y agroturísticos a los moradores del sector contribuirá a mantener su identidad gastronómica típica?

Si

No

Tal vez

12) ¿Considera usted que al fomentar proyectos agroturísticos y gastronómicos impulsaría el desarrollo social y económico y por consiguiente el buen vivir de los habitantes del sector?

En total acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Anexo 2



Universidad Estatal de Milagro

Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales

Carrera de Licenciatura en Turismo

**Entrevista dirigida a los personeros, profesionales y autoridades de la
Parroquia Roberto Astudillo**

¿Cree usted importante utilizar los productos que ofrece la zona agrícola del sector para desarrollar y fortalecer la gastronomía típica de la parroquia Roberto Astudillo?

Si **No**

¿Por qué?

.....
.....

¿Cree usted que al promocionar el turismo gastronómico aumentara la demanda de los visitantes?

Si **No**

¿Por qué?

.....
.....

¿Considera usted que la zona está preparada para realizar actividades de agroturismo?

Si No

¿Por qué?

.....
.....

¿Considera usted necesaria la participación del GAD con la inversión de proyectos turísticos para el desarrollo del turismo local?

Si No

¿Por qué?

.....
.....

¿Considera usted que al fomentar proyectos agroturísticos y gastronómicos impulsaría el desarrollo social y económico y por consiguiente el buen vivir de los habitantes del sector?

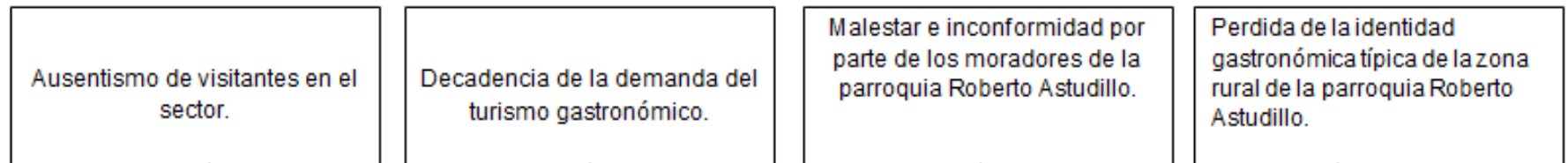
Si No

¿Por qué?

.....
.....

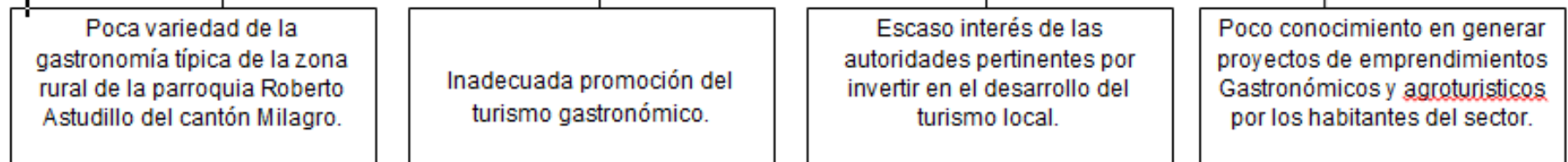
Anexo 3
ÁRBOL DEL PROBLEMA

EFFECTO



Poca variedad de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo y su incidencia con el desarrollo Agroturístico del sector.

CAUSA



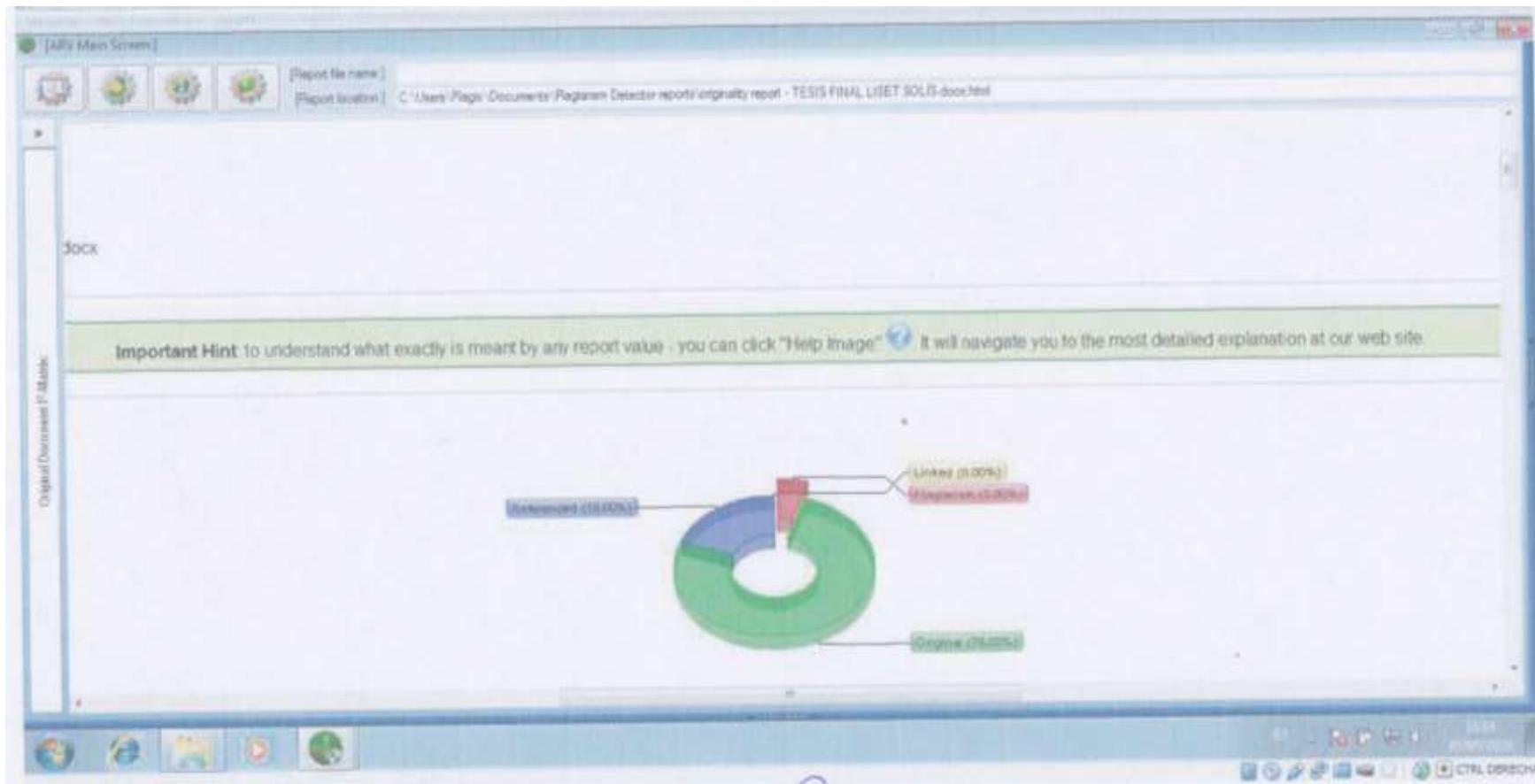
Anexo 4 Matriz Del Problema

	PROBLEMA Y SUBPROBLEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERAL Y PARTICULARES	VARIABLE INDEPENDIENTE E INDICADORES		VARIABLE DEPENDIENTE E INDICADORES	
					VARIABLE	INDICADOR	VARIABLE	INDICADOR
PROBLEMA CENTRAL	La poca variedad de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro está incidiendo en el desarrollo del agroturismo.	¿De qué manera la poca variedad de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón milagro está incidiendo en el desarrollo del agroturismo?	Evaluar la variedad de la h rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón milagro y su incidencia en el desarrollo del agroturismo.	Si se determina la variedad de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón milagro entonces se contribuirá en el desarrollo del agroturismo.	Gastronomía típica		Desarrollo Agroturístico	
	Desconocimiento de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro.	De qué manera incide el desconocimiento de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro con el ausentismo de visitantes en el sector.	Analizar de qué manera incide el desconocimiento de la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo del cantón Milagro con el ausentismo de visitantes en el sector.	Si se conoce la gastronomía típica de la zona rural de la parroquia Roberto Astudillo entonces incrementara el número de visitantes en el sector.	Conocimiento de la gastronomía típica		Ausentismo de visitantes en el sector	
SUBPROBLEMAS	Inadecuada promoción del turismo gastronómico.	Como afecta la inadecuada promoción del turismo gastronómico con la decadencia de la demanda del turismo gastronómico.	Establecer cómo afecta la inadecuada promoción del turismo gastronómico con la decadencia de la demanda del turismo gastronómico.	Si se promociona el turismo gastronómico aumentará su demanda.	Promoción del turismo gastronómico		Decadencia de la demanda del turismo gastronómico	
	Escaso interés de las autoridades pertinentes por invertir en el desarrollo del turismo local.	Como afecta el escaso interés de las autoridades pertinentes por invertir en el desarrollo del turismo local con el malestar e inconformidad por parte de los moradores de la parroquia Roberto Astudillo.	Considerar como afecta el escaso interés de las autoridades pertinentes por invertir en el desarrollo del turismo local con el malestar e inconformidad por parte de los moradores de la parroquia Roberto Astudillo.	Si las autoridades pertinentes (GAD) se interesan por invertir en el desarrollo del turismo local entonces generará satisfacción a los moradores del sector.	Interés de las autoridades pertinentes (GAD)		Malestar e Inconformidad por parte de los moradores	

Anexo 5
Fotos de las Encuesta y Entrevista







[Handwritten signature]