

PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN EL POTENCIAL AGROPRODUCTIVO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ

Johnny Patricio Bayas Escudero, María Mercedes Bravo Romero, Jaime Ricardo Bermeo Zambrano

Carrera de Turismo, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, campus politécnico El Limón Km 1½ vía El Gramal, Calceta, Manabí

Contacto: jbayas@espam.edu.ec

RESUMEN

La investigación se realizó con el objetivo de diseñar un producto turístico basado en el potencial agro productivo de la Provincia de Manabí, para el desarrollo económico de las comunidades rurales. Para el diseño se determinó cuatro fases, en la primera fase se hizo el diagnóstico situacional, donde se describieron las características físicas y demográficas de la provincia; también se hizo un análisis del inventario turístico del Ministerio de Turismo (MINTUR) y del Gobierno Provincial de Manabí, principalmente los recursos turísticos naturales de la zona rural, se utilizó la matriz de potencialidades para determinar los recursos turísticos de la zona rural con mayor potencialidad y potencialidad emergente. En la segunda fase se realizó un estudio mercado donde se determinó la oferta y demanda, se seleccionaron 22 fincas consideradas con potencial agro productivo mediante la ficha de inventario de fincas agro turísticas, ubicadas en las zonas rurales de Manabí, se aplicó 100 encuestas dirigidas a turistas para determinar el perfil de visitante. En la tercera fase se realizó el diseño del producto turístico mediante el análisis de sustentabilidad ambiental, social y económica. Se estructuraron 2 itinerarios y costos con las 13 fincas seleccionadas con mayor potencial agro turístico. La cuarta fase se definió las estrategias de posicionamiento y canales de distribución, que permiten la integración y participación de la mayoría de los actores locales y empresariales, facilitando el proceso de comercialización del circuito por parte de las Agencias de viajes, que lleven a la generación de una oferta atractiva para los segmentos identificados.

Palabras clave: Producto turístico, potencial agro productivo, circuito agro turístico, sustentabilidad

ABSTRACT

The research was carried out with the objective of designing a tourism product based on the productive potential of the Province of Manabí, for the economic development in rural communities. For the design, four stages were determined; in the first stage the situational diagnosis was made, describing the physical and demographic characteristics of the province; An analysis of the tourist inventory made by MINTUR and by the Provincial Government of Manabí, mainly the natural tourist resources of the rural area. The matrix of potentialities was used to determine the tourism resources of the rural area with greater potentiality and emerging potential. In the second stage, a market research was carried out where supply and demand were determined. Twenty-two farms considered with agro-productive potential were selected by means of an inventory of agro-tourism farms located in rural areas of Manabí. Tourists to determine the visitor profile. In the third stage, the design of the tourism product was carried out through the analysis of environmental, social and economic sustainability. Two itineraries and costs were structured with the 13 selected farms with potential greater agro tourism potential. The fourth stage defined the positioning strategies and distribution channels, which allow the integration and participation of most local and business actors, facilitating the process of marketing the circuit by the Travel Agencies, which lead to the generation of an attractive offer for the identified segments.

Key words: Tourism product, agroproductive potential, agro-tourism circuit, sustainability

INTRODUCCIÓN

El sector rural en el Ecuador está considerado como una de las de mayor potencial turístico, lo cual se visibilizó en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador PLANDETUR 2020, incluyendo al agroturismo como uno de los productos a ser desarrollados, esto implica atender tanto las necesidades de los turistas como de las comunidades receptoras, estableciendo una relación estrecha entre la actividad del turismo rural y el resguardo del entorno, esto involucra la protección y el fomento de las oportunidades del futuro sin comprometer los aspectos económicos, sociales y ecológicos para las generaciones futuras (Vela, 2012).

Tomando en cuenta que el producto turístico debe adecuarse a las condiciones actuales que exige el consumidor turístico, donde se logre no solo satisfacer las necesidades de los clientes que nos visitan, sino además superar sus expectativas (Machado y Hernández, 2012); se determina como premisa básica la participación de los entes implicados en el destino, a partir de la creación de un equipo de trabajo, el cual deberá iniciar con un diagnóstico situacional del área de estudio, que le dé una base real del nivel de desarrollo turístico en el que se encuentra dicha área, de esta manera el diagnóstico situacional para la elaboración de productos turísticos según Bernal, (2014) permite evaluar, controlar y mejorar todas aquellas actividades que se realizan para la comprensión, control y predicción del desempeño organizacional, además logra que el administrador tenga una panorámica informativa en tiempo real de la situación actual de la organización, proporciona las bases para aprovechar al máximo las fortalezas y disminuir las debilidades para el diseño de una estrategia de ventaja competitiva, aprovechar oportunidades y contrarrestar amenazas, con ello se propicia la mejora en la gestión de la empresa.

La oferta turística rural según Herrera (2013) debería adaptarse a la demanda mediante sus productos turísticos en forma individual o total, en los que se incluye el alojamiento y las actividades de ocio para lo cual se requiere de estructuras, recursos naturales y arquitectónicos.

Para Marcillo (2014) para poder desarrollar la oferta de productos turísticos rurales sustentables, es importante la participación de ciertos actores que intervienen en el desarrollo del turismo rural de una comunidad, quienes deben asumir roles y responsabilidades relacionadas con la sustentabilidad de los recursos de la comunidad.

El desarrollo rural de Manabí se basa en la producción agropecuaria prioritariamente, con un mínimo desarrollo de proyectos turísticos que permitan impulsar el crecimiento socioeconómico de este sector. Tal es el caso que dentro de la planificación del Gobierno Provincial de Manabí 2008-2012 se encontraba un bosquejo de la ruta del Cacao que despunta los cantones del interior de Manabí, sin embargo, esta idea no se ha llevado a cabo por la falta de planificación y de propuestas innovadoras que destaquen la identidad y la productividad de la zona García (2013). Los pocos emprendimientos y la escasa organización generada por las comunidades y las organizaciones gubernamentales son un factor clave del exiguo desarrollo turístico de las áreas rurales (Fernández, 2014).

Esta investigación busca que se incremente la actividad turística mejorando la afluencia de visitantes y por ende la calidad de vida de la población, brindando oportunidades para el desarrollo de la provincia de Manabí, aprovechando los recursos naturales en bases a estrategias que permita a las diferentes cantones fomentar la actividad turística como una modalidad de gestión y permita la afluencia de los turistas, que contribuirá de forma concreta y práctica a los ciudadanos que se orienten a desarrollar actividades turísticas comunitarias (Blanco y Riveros, 2011).

El producto turístico debe responder a la lógica de la innovación en valor económico que antes se buscaba en los servicios y ahora se lo buscará en las experiencias del turista, a través de una oferta agro turística que puede vincular la actividad agropecuaria y el turismo, mediante la creación de circuitos o itinerarios donde se ve inmersa las actividades de ordeño, cabalgata, caminatas, cultivo, gastronomía entre otros, en las cuales el turista es el actor principal que busca tener la oportunidad de vivir todas estas experiencias que a diario realizan las personas de diversas comunidades (Gómez, 2014).

MATERIALES Y MÉTODOS

La elaboración del diseño de producto turístico se realizó desde el mes de octubre 2015 hasta agosto 2017, la provincia Manabí está ubicada geográficamente a los 01 grados, 3 minutos, y 8 segundos de latitud sur, y 80 grados, 27 minutos, y 2 segundos de longitud oeste. Limita al norte, con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar; al sur, con el cantón Santa Ana; al oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico y al este con los cantones Pichincha y Santa Ana. Los procedimientos planteados para la elaboración del diseño fueron; Ministerio de Turismo (MINTUR) 2003, Secretaria de Turismo (SECTUR) 2004, Machado y Hernández (2012), Varela Rosado (2013), Blázquez, y Aycart (2014), Gómez, (2014), Victorero (2015), los cuales se tomaron en cuenta para la investigación.

Fase I. Diagnostico situacional

En esta fase se partió desde un diagnóstico situacional, donde se identificó características generales de la provincia de Manabí mediante una revisión bibliográfica, como límites, población, clima, pluviosidad, accesibilidad, y flora y fauna, utilizando los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Gobierno provincial de Manabí. Se analizaron los recursos turísticos inventariados por el MINTUR en el 2008 y del Gobierno Provincial de Manabí principalmente los de la zona rural, donde se pudo determinar mediante la matriz de potencialidades cuales son los recursos turísticos con mayor y menor potencialidad.

Fase II. Estudio de mercado

Se realizó un análisis de la oferta y demanda en lo relacionado a infraestructura turística, ofertas de fincas agroturísticas y demanda turística que posee la provincia de Manabí, se inventarió 22 fincas con potencial agro productivo mediante fichas de inventario de fincas. Así mismo se realizó el perfil del turista mediante unas encuestas dirigidas a turistas.

Fase III. Diseño del producto turístico

En esta fase se diseñó el producto turístico se tomó referencia al MINTUR (2003), realizando análisis de sustentabilidad económica, social y ambiental, también se realizaron 2 itinerario con sus respectivos costos.

Fase IV. Difusión y comercialización

En esta fase se definió la estrategia de posicionamiento, para lo cual se consideró el modelo de diferenciación que se compone de cinco elementos, mercado objetivo, competencia, diferencial y guion comercial. También se definió el canal corto de distribución, ya que este permite vender adecuadamente el circuito de Manabí, debido a que como es un nuevo producto es el más aplicable para la realidad de la zona y la optimización de los recursos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Fase I. Diagnostico situacional

La provincia de Manabí limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, y al oeste con el Océano Pacífico.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la población de Manabí de acuerdo al censo 2010 representa el 9,5% del total nacional. De la población total, el 50,3% son hombres y el 49,7% mujeres.

Los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología INAMHI, en el 2014 el clima en la Provincia de Manabí es bastante equilibrado, la temperatura promedio es de 24 °C, aunque posee máximas relativas que pueden alcanzar los 36 °C. Existe una zona con clima tropical de Sabana hacia la costa y otra zona con clima tropical Monzón que ocupa el sector occidental.

En la provincia de Manabí el período lluvioso es por lo regular (diciembre - mayo): la precipitación acumulada durante el período lluvioso en la estación de

Portoviejo fue de 678.1 mm, representando un incremento porcentual de (+27%) respecto a su normal climática de 535.4 mm.

En la Provincia de Manabí, la red vial estatal está constituida por vías arteriales y vías colectoras, entre las cuales están, La E-15 o Vía Marginal de la Costa, La E-30 o Transversal Central, que Manta-Portoviejo-San Plácido-Pichincha y avanza hacia El Empalme-Quevedo-Latacunga. Y las vías colectoras: La E-38, Límite Pichincha / Manabí – “Y” a Charapotó, La E-39, El Rodeo – Rocafuerte, La E-382, Pedernales – “T” El Carmen, La E-383, “Y” de Bahía – San Antonio, La E-383 A , San Vicente - “Y” de San Antonio, La E-384, Chone – Pimpiguasi, La E-482, Montecristi - La Cadena, La E-482 A, La Pila – vía a la Pila, La E-483, Jipijapa – Puerto C.

La Provincia de Manabí cuenta con una diversidad biológica que se caracteriza por la presencia de variados ecosistemas con multiplicidad de especies vegetales y animales; sin embargo, este patrimonio se está deteriorando y perdiendo aceleradamente, destacando la presencia de Manzanillo, arrayancillo, palo santo, zapote de perro, moyuyo, cactus candelabro, guayacán, cardo, ceibo, pechiche, colorado, pretino, amarillo, bototillo, bálsamo, palma real, y la tagua

También, cuenta con diversidad faunística en las áreas marinas y terrestres, entre los que se destacan: Mono machín colorado, venado encerado, puercos saínos, tigrillos, armadillos, cusumbo, cuchucho, oso lavador, ardilla colorada, oso hormiguero, conejos, guanta, guatusas, venado de cola blanca, perro de monte de Sechura, ardilla sabanera, murciélagos. Cabe anotar que muchas especies registradas en la zona alta descienden en la época invernal. En el grupo de los cetáceos los más representativos son: ballena jorobada, cachalote, bufeo costero o nariz de botella, delfín común, ballena piloto, delfín manchado.

Dentro de las aves destacan: perdiz, gavián, pava, loro de cabeza negra, colibríes, trogones, tucán, carpintero negro, trepatroncos castaño, bían bían, caracará cretado, tucupilla, viviña, pedrote entre otras.

En el año 2008 se elaboró el último inventario de atractivos turísticos en Manabí con el aval del Ministerio de Turismo y gobiernos locales; durante el análisis se identificó que la provincia de Manabí de acuerdo al Gobierno Provincial de Manabí posee 44 atractivos turísticos inventariados en la zona rural, los cuales corresponden a la categoría de sitios naturales.

A este inventario, se aplicó la matriz de potencialidades Villegas y Sánchez (2000), donde se realizó un análisis de la situación en la que se encuentran los diversos recursos, para conocer cuáles presentan características idóneas y mediante esto valorarlos de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos, tanto en su carácter como en su atributo; con la información obtenida durante el proceso se estableció cuáles son los atractivos turísticos con mayor potencialidad y potencial emergentes de cada uno de los recursos. A continuación, se presenta un cuadro de resumen de los recursos con potencial turístico en la provincia de Manabí.

Cuadro 5. Matriz de potencialidades

Recursos	Valor	
Cerro pata de pájaro	11	Mayor potencialidad
La casa del diablo	10	
Cerro Mil pesos	9	
Cascada del sitio agua dulce	9	
Cueva de sota	9	
Cueva del sitio pata	9	
Cueva de la bolla	9	
Cueva de lizondro	9	
Cueva de cañales	9	
Salto de la nariz del diablo	8	
Cascada de Chapulí	8	
Cascada el armadillo	8	
Cascada el pintado	8	
Siete saltos del rio jama	8	
Cascada de simón	8	
Cascada de biguá	8	
Cascada de Maryland	8	
Cascada de bajo grande	8	
Cascada el salto	8	

Cerro de Cojimíes	8	Potencial emergente
Cascada estero ciego	8	
Cascada de san Andrés	8	
Cueva de san isidro	8	
Cascada caña grande	8	
Salto de banchal	8	
Cascada gramalotal	8	
Sendero el rocío	8	
Sendero el sombrero	8	
Sendero eco turístico el colibrí	8	
Cerro de la virgen	8	
Cerro verde	8	
Cascada de río grande	8	
Cascada salto del desgraciado	8	
Cascada la lagartija	8	
Cascada del río pocho	8	
Cueva de los barveranes	8	
Salto oscuro sitio mascara	8	
Cascada plátano	8	
Cerro de Montecristi	8	
Cascada del cucucho	8	
Cerro de hojas	8	
Cascadas el caracol	8	
Cascada la lluvia	8	
Cascada la planchada	8	

Fuente: Elaboración propia

Fase II. Estudio de mercado

Para llevar a cabo esta investigación se hizo un análisis de la infraestructura turística rural de la provincia y de los servicios existentes.

Los servicios de hotelería, turismo y restaurantes, son uno de los ejes más promisorios de desarrollo en Manabí; allí existen fincas que son muy buenas en producción ganadera y en agricultura, a pesar de las dificultades que se tiene con las eventualidades climáticas, ya que una parte de esta se inunda cuando el invierno es muy fuerte. Las personas que viven en ellas se dedican a cuidar su producción agropecuaria ya que su fuente de ingreso principal es la

comercialización de ellos. Teniendo claro que a simple vista existen fincas con mayores condiciones de realizar la actividad turística, se tiene que tomar en cuenta muchos aspectos como las instalaciones, los servicios, las actividades que se van a realizar.

Cuadro. 6. Fincas agro productiva

Nombre	Ubicación	Producción		Servicios que ofrece
		Agrícola	Pecuaria	
Río Coasa	Pedernales	Frejol, Maíz	Porcino, aves de Campo	Recreación deportiva, Hostería, Restauración.
La Esperanza	La Estancilla	No tiene	Vacunos, Porcino, Caballar	No existe ningún tipo de servicio
Río Muchacho	San Vicente	Pimiento, perejil, Acelga	Porcino, Caballar aves de campo	Caminatas, cabalgatas, pesca deportiva, navegación en ríos, avistamiento de flora, áreas de esparcimiento, áreas deportivas, alternativas de balneario de agua dulce, alojamiento y restauración.
La Fanesca	Calceta El Morro	No tiene	No tiene	Recorridos (senderismo)
Rancho Pablito	Pedernales	Frejol, pimiento	Caballar, Aves de campo, Ovino	Restauración, Camping, Hospedaje, Recreación
La finca	Santa Ana Ayacucho	Maíz	Porcino	Restauración, hospedaje, Bar Canchas, Piscinas, Camping
Galemar	Portoviejo San placido	No tiene	Porcino, Aves de campo	No existe ningún tipo de servicio
Las delicias	Portoviejo San Placido	No tiene	No tiene	Eventos
Finca turística café color tierra	Chone	No tiene	Aves de campo	Restauración, Camping, Turismo de aventura
Atanasio	Portoviejo	No tiene	Aves de campo	No existe ningún tipo de servicio

La Quinkigua	Santa Ana	Limón, Cacao Naranja, Café	Aves de campo, Caballar, Ovino	Observación flora y fauna, Recreación, Restauración, Hospedaje
Finca Sarita	Calceta Sarampión	Haba, Frejol	Aves de campo	Hospedaje, Recreación.
Mono Verde	Jama	Maíz, Verduras	Aves de campo, Porcino	Hospedaje
Klever Verduga	Flavio Alfaro	Maíz	Vacuno, Caballar Aves de campo, Ovino	No existe ningún tipo de servicio
Narcisa	Flavio Alfaro	Maíz	Aves de campo, Porcino, caballar	No existe ningún tipo de servicio
Santa Rosa	Calceta (Arrastradero)	No tiene	Caballar, Aves de campo	Camping, Cabalgata, Deportes
Quinta colina del sol	Calceta	No tiene	Aves de campo	Restauración
El Caracol	Sitio el pueblito	No tiene	Aves de campo	Restauración, Recreación
Lizardo	El Carmen	Maíz	Aves de campo	No existe ningún tipo de servicio
La Escondida	Pichincha	Maíz, Frejol, Haba	Aves de campo, Caballar, Ovino	No existe ningún tipo de servicio
Vidal Vera	Flavio Alfaro	Maíz, Frejol	Aves de campo	No existe ningún tipo de servicio
Anita Sofía	Chone	No tiene	Aves de campo	Restauración

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados de la encuesta se definió el perfil, los cuales se representan los posibles clientes potenciales para el producto turístico, cuadro 9.

Cuadro 7. Perfil del turista

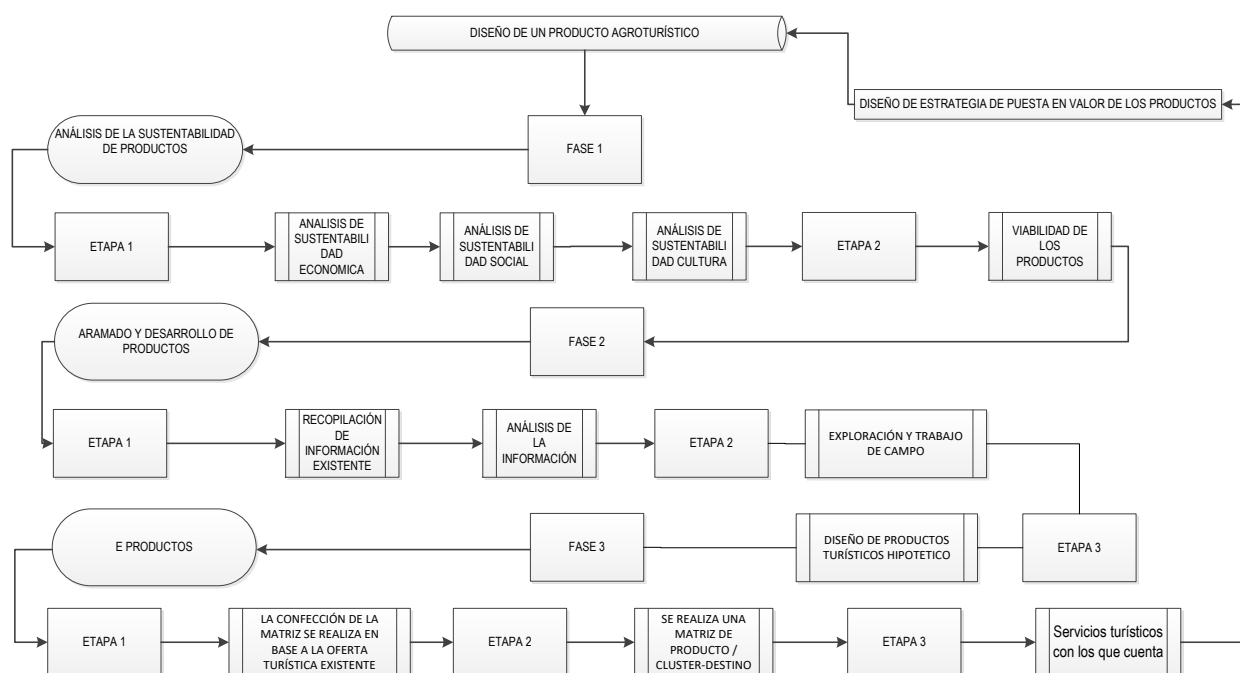
Perfil del visitante
Las encuestas se aplicaron en base a un muestreo aleatorio simple a turistas

que visitan los diferentes atractivos de la provincia de Manabí.	
Genero de sexo	Hombres
Estado civil	Solteros y casados
Ocupación	Empleado público y privado
Edad	Entre 31-45 años.
Instrucción	Educación superior
Nivel de ingresos	1000 dólares
Medios publicitarios	Anuncios en internet
Motivación de visita	Otros
Grupo de viaje	Con amigos o parientes
Medios de transporte	Movilidad propia
Frecuencia del viaje	Cada año
Actividades que prefieren en el agroturismo	Gastronomía típica

Fuente: Elaboración propia

Fase III. Diseño del producto turístico

El diseño del producto implica 3 etapas:



Fuente: Elaboración propia

Primero los análisis de sustentabilidad económica, social y ambiental.

Análisis de sustentabilidad económica: la sustentabilidad económica según los indicadores demuestra que las fincas que componen el producto turístico, **Café color tierra, Sarita y Rio Muchacho** satisfacen el gasto diario de los excursionistas, contribuyen a la economía de la comunidad de esta manera logran ser sostenibles en el ámbito económico.

Análisis de sustentabilidad social: La sustentabilidad social según los indicadores demuestra que las fincas que componen el producto turístico, **Sarita y Rio Muchacho** satisfacen a los residentes de la comunidad con la actividad turística.

Análisis de sustentabilidad ambiental: La sustentabilidad ambiental según los indicadores demuestra que las fincas que componen el producto turístico, **Sarita y Rio muchacho** utilizan aguas residuales, cuentan con un plan de mitigación, reciclan los desechos sólidos, participan en planes de mitigación de cambio climático, además cuentan con un plan de gestión y control de la biodiversidad de especie, estas acciones ambientales las convierten en atributo diferenciador de los circuitos de la competencia, además aportan sustentabilidad ambiental en el ejercicio turístico.

Segundo el armado y desarrollo de los productos, mediante la recopilación de información y el trabajo de campo que dio como resultado 2 circuitos agro turísticos.

Nombre del Circuito: Costanero ruta el aventurero

Itinerario: 1

Tiempo de duración: 3 días y 2 noches

Número de pasajeros: 15

Costo por pasajeros. \$ 179,32

Nombre del circuito: ruta "Terra nova"

Itinerario: 2

Tiempo de duración: 4 días y 3 noches

Número de pasajeros: 15

Costo por pasajeros. \$ 200,00

Fase IV Difusión y comercialización

Las estrategias planteadas para el posicionamiento del producto turístico que corresponde al Circuito Turístico – Provincia de Manabí se pueden expresar de la siguiente manera:

Cuadro.8. Estrategias de posicionamiento del Circuito Turístico - Provincia de Manabí

1. Posicionamiento basado en las características o atributos del producto	El circuito contiene servicios no convencionales que permiten la integración y participación de la mayoría de los grupos empresariales.
2. Posicionamiento con respecto a las necesidades que satisfacen o los beneficios que ofrecen	Teniendo en cuenta el perfil del visitante un punto clave dentro del circuito es la gastronomía típica, que se ofrece en las fincas agro turísticas.

Los canales de distribución se presentan como herramienta o estrategia de posicionamiento, son actividades que se desarrollan para vender un producto o servicio a través de la aplicación del marketing, los sistemas de distribución son dos y estos pueden ser directos o indirectos, en caso se utilizará el canal corto.

La aplicación del canal de distribución según la estrategias de posicionamiento se dará a conocer por parte del Gobierno Provincial mediante la difusión de los atributos del productos, como son los servicios no convencionales que permiten la integración y participación de la mayoría de los grupos involucrados, además de acuerdo a la investigación el perfil del visitantes, estos buscan lugares donde se brinde gastronomía típica, y se pueda disfrutar de la naturaleza en las fincas agro turística, con la exposición de estas características se podrá vender el circuito en las Agencias de viajes quienes a su vez podrán estructurar

variantes y realizar los respectivos costeos, que lleven a la generación de una oferta atractiva para los segmentos identificados.

CONCLUSIONES

En la investigación se determinó que existen recursos turísticos de la zona rural de Manabí, con mayor potencialidad y menor potencialidad, además existe 22 fincas con potencial agro turístico, lo cual permitió conocer un perfil dirigido al segmento de personas adultas con criterios formados que vienen a disfrutar de la naturaleza. Así se pudo estructurar 2 itinerarios de circuito agro turístico con sus costos, para poder posicionarlo mediante el canal de distribución corto, que el gobierno provincial dará a conocer a través la difusión, para familiarizar a las diferentes agencias de viajes.

LITERATURA CITADA

Bernal, D. 2014. La alternativa del diagnóstico empresarial para la gestión directiva en las pequeñas empresas comerciales de Sinaloa. Revista Telos. 16 (2) 278 – 299. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/993/99331125005.pdf>

Blázquez, J. Sarrión, J. 2014. Metodología específica para la creación de Producto Turístico en torno a Vías Verdes. Rutas Pangea y Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE) Recuperado de: <http://www.viasverdes.com/greenwaysproduct/pdf/Metodologia-creacion-producto-turistico.pdf>

Blanco, M, Riveros, H. 2011. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Desarrollo de los agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe. Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) Recuperado de: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf

Fernández, G. (septiembre, 2014). Diagnóstico y gestión ambiental en alojamientos turísticos la construcción de una guía para las cabañas en Tandil. VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén- Argentina.

Flores, D. 2007. Análisis de la oferta y demanda turística del parque natural sierra de Aracena y picos de Aroche. Universidad Internacional de

Andalucía sede Iberoamericana Santa María de la Rábida. Andalucía – España.

García, R. 2013. Diseño del circuito del cacao fino de aroma para la diversificación de la oferta turística en la provincia de Manabí. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí ESPAM MFL. Calceta – Ecuador.

Gómez, G. 2014. Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía 4 (8). 157-171 Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550659004>

Herrera, P. A. 2013. Diseño de un circuito ecoturístico en la comunidad de Río Verde para fortalecer la actividad turística de la parroquia Jijón y Caamaño del cantón Mira. Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador.

Jarrín, M. 2014. Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia de Tumbaco, Provincia de Pichincha. Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir. 7. 8 – 31. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4754379>

Machado E, Hernández Y. 2012. Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en cuba. Revista Teoría y Praxis 4. 161 – 174. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145112011>

Marcillo, C. 2014. Diseño de circuitos especializados en la actividad turística, artesanal y manufacturera en la provincia Imbabura para la agencia operadora de turismo Trip Ecuador. Universidad Regional de los Andes UNIANDES. Ibarra - Ecuador

MINTUR (Ministerio de Turismo),2003. Diseño de productos turísticos del Ecuador. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/135062689/Diseno-de-Productos-Turisticos-del-Ecuador>

SECTUR (Secretaría de Turismo de México) 2004. *Como Desarrollar productos turísticos competitivos*. Recuperado de: <http://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002575Pri0000.pdf>

Varela, L. (2013). *Diseño de un producto turístico basado en los productos patrimoniales agrícolas*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Chimborazo, Ecuador.

Vela, D. 2012. Diseño de un producto turístico para la conservación y uso del patrimonio cultural del Centro de turismo comunitario San Virgilio, cantón

Arajuno, provincia de Pastaza. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Chimborazo, Ecuador.

Victorero, R. 2015. *Elaboración de un producto agro turístico en la comunidad de Murocomba*. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo – Ecuador.

Villegas, F. Sánchez, M. 2000. Los recursos turísticos y actividad del sector en la provincia de Granada. *Revista Cuadernos Geográficos*. 30. 193 – 221.