

METODOLOGÍA DEL MODELO DE VALORACIÓN CUALITATIVA DE ATRIBUTOS DE LAS HACIENDAS AGROTURÍSTICAS

*Methodology Of The Qualitative Valuation Model To The Attributes Of
Agro-Tourism Farms*

MSc. Johana Alejandra Olaya Reyes¹

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
jolaya@utb.edu.ec

MSc. Juan Alipio Sobenis Cortéz²

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
jsobenis@utb.edu.ec.

Melanny Elehanara Rebolledo Cadena³

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
mrebolledo@fcjse.utb.edu.ec

Fecha de recepción: 10 de agosto de 2020 – **Fecha de aceptación:** 29 de octubre de
2020

RESUMEN

Un desafío clave en el agroturismo en el Ecuador es el ubicar la oferta al alcance de la demanda, el usuario necesita conocer las opciones de turismo en entornos rurales. Las

¹ 1 Guía Profesional de Turismo, Licenciada en Hotelería y Turismo, Magister en Turismo con mención en Administración de Empresas Turísticas, Docente Ocasional, Docente Investigador, Proyecto de Investigación y Desarrollo “Georreferenciación de los Atractivos Turísticos y servicios para el desarrollo del agroturismo inclusivo (no videntes) en la provincia de Los Ríos. Aplicación móvil y Guía Digital Senderos del Montubio”, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, Carrera de Turismo, Universidad Técnica de Babahoyo, Provincia de Los Ríos, Babahoyo, Ecuador. E-mail: jolaya@utb.edu.ec

² 2 Licenciado en Ciencias de la Educación en la Especialización Informática Educativa, Magister en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales, Docente Titular, Docente Investigador, Proyecto de Investigación y Desarrollo “Georreferenciación de los Atractivos Turísticos y servicios para el desarrollo del agroturismo inclusivo (no videntes) en la provincia de Los Ríos. Aplicación móvil y Guía Digital Senderos del Montubio”, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, Universidad Técnica de Babahoyo, Provincia de Los Ríos, Babahoyo, Ecuador. E-mail: jsobenis@utb.edu.ec.

³ 3 Estudiante Universitario, Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, Auxiliar de Investigación, Proyecto de Investigación y Desarrollo “Georreferenciación de los Atractivos Turísticos y servicios para el desarrollo del agroturismo inclusivo (no videntes) en la provincia de Los Ríos. Aplicación móvil y Guía Digital Senderos del Montubio”, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, Carrera de Turismo, Universidad Técnica de Babahoyo, Provincia de Los Ríos, Babahoyo, Ecuador. E-mail: mrebolledo@fcjse.utb.edu.ec

actividades ofertadas por las haciendas agroturísticas llegan a los turistas sin efectividad, debido a la carencia general de métodos de recopilación de información efectiva y de utilidad para el usuario, acompañado a la inadecuada comercialización. El propósito del diseño del modelo de valoración cualitativa de atributos de las haciendas agroturísticas

Es establecer una metodología de recopilación de información de la oferta de forma estandarizada y evidenciar las particularidades de cada establecimiento para facilitar la decisión de elección de destino para los turistas. El presente estudio de tipo cualitativo analiza las características de las haciendas agroturísticas y a partir de ahí, se establecen los atributos de acuerdo con las necesidades de los turistas. Como resultado de la investigación, se presenta la propuesta metodológica que incluye campos como variedad de producción, disponibilidad turística, infraestructura, acceso, oferta de actividades, promoción y comercialización. Este trabajo es el resultado del segundo objetivo específico del Proyecto de Investigación y Desarrollo de la Universidad Técnica de Babahoyo “Georreferenciación de los Atractivos Turísticos y servicios para el desarrollo del agroturismo inclusivo (no videntes) en la provincia de Los Ríos. Aplicación móvil y Guía Digital Senderos del Montubio”. El producto de esta investigación constituye una herramienta estandarizada que sirve como insumo de información y facilita la elección de destino para los potenciales turistas.

ABSTRACT

The agrotourism farms allow that the tourist know and experience the activities of rural tourism, at the same time that they constitute a factor of economic development in the area where it is developed. A key challenge in agrotourism in Ecuador is to locate the offer within the reach of the demand, the user needs to know the tourism options in rural environments.

The activities offered by these establishments reach tourists ineffectively, due to the general lack of effective and useful collection methods for the user, accompanied by inadequate marketing.

The purpose of the design of the scale model for the measurement of attributes of agrotourism farms is to establish a methodology for collecting information on the offer

in a standardized way and to highlight the particularities of each establishment to facilitate the decision of destination choice for tourists.

This exploratory research with a mixed approach analyzes the characteristics of agrotourism farms and from there, attributes are established according to the needs of tourists. The methodological proposal includes fields such as variety of production, tourist availability, infrastructure, access, offer of activities, promotion and marketing.

This job is the result of the second specific objective of the Research and Development Project of the Universidad Técnica de Babahoyo “Georeferencing of Tourist Attractions and services for the development of inclusive agrotourism (blind) in the province of Los Ríos. Mobile application and Senderos del Montubio Digital Guide”.

PALABRAS CLAVE

Agroturismo, hacienda agroturística, servicios agroturísticos, valoración cualitativa.

KEYWORDS

Agrotourism, measurement scale, agrotourism farm, agrotourism services

INTRODUCCIÓN

Las haciendas agroturísticas permiten que el turista conozca y experimente las actividades propias del turismo rural, al mismo tiempo que, constituyen un factor de desarrollo económico en la zona en que se desarrolla. El agroturismo como actividad del turismo rural, es una modalidad turística que se lleva a cabo en zonas agropecuarias, en las que, la comunidad local invita a los visitantes a compartir de su idiosincrasia y labores cotidianas, como, actividades socio- productivas, manifestaciones propias de su cultura y conservación de los entornos naturales; las que al mismo tiempo constituyen un ingreso económico extra al tradicional modo de subsistencia, las actividades agropecuarias.

Su origen se remonta al continente europeo, en las que las familias de la localidad acondicionaron sus casas, con habitaciones que ofrecían en alquiler para los turistas. Esta relación propició la interacción entre las familias y los visitantes, quienes en su mayoría eran ciudadanos dispuestos a disfrutar de los entornos rurales, sus costumbres y cultura.

Estas primeras apariciones del agroturismo, encontraron en los gestores públicos a grandes aliados que, promovieron su desarrollo y diversificación, se dispusieron a crear normativas que permitan perfeccionar la calidad de la oferta, implementaron lo que hoy conocemos como la promoción turística, aseguraron la protección de las marcas, se realizó la publicación de catálogos y creación productos para nuevos segmentos de mercado. Estrategias que captaron de forma considerable el mercado turístico. Experiencias y trabajo sostenido que han permitido que, según Solzona (2006), la magnitud de la demanda de turismo rural en Europa reflejada en el Eurobarómetro, registra que, el 23% de los europeos dicen elegir cada año el campo para hacer sus vacaciones. En el caso de los países de Europa Central que tuvieron economías planificadas, la actividad turística ha perseguido la implantación de un método apropiado para la transición hacia la economía de mercado en las áreas rurales.

Podemos ver los efectos económicos del trabajo realizado años anteriores, y que en la actualidad se constituyen grandes flujos monetarios. Por ejemplo Francia, es el país que lidera en el desarrollo de Rutas Alimentarias de quesos o vinos; Italia que genera el mayor valor añadido agrícola de Europa, que promueve como servicio turístico el uso de alimentos producidos y cultivados en las localidades; Alemania promociona el turismo en las diferentes regiones vitivinícolas que posee, al igual que sus productos propios y de temporada.

Por lo que, hasta este punto se ha logrado dilucidar que, el turismo rural, del cual se origina el agroturismo, dirigido, planificado e impulsado por los actores correctos, ha dado grandes beneficios, entre ellos el aporte a la economía.

En Latinoamérica, existen ejemplos de ofertas agroturísticas, tal es el caso de Costa Rica que, ofrece el Tour de la pimienta y la ruta agro turística del queso Turrialba; Argentina, con el Tour del vino y la ruta del tejido; Colombia con las fincas cafetaleras; y, Perú con el Tour estilo de vida ancestral.

Uno de los desafíos a los que se enfrenta la situación del agroturismo en el Ecuador, es el desconocimiento de la oferta existente. Para impulsar y dinamizar el agroturismo se

deberá considerar la infraestructura, oferta turística en constante innovación, servicios turísticos de calidad, seguridad turística, facilidades, mercadeo y promoción.

A través de la presente propuesta metodológica, se aporta con un insumo que permitirá identificar los establecimientos con mayor potencial agroturístico, determinar la calidad de la oferta agroturística existente y determinar cuál es la situación de la operación agroturística en la actualidad. Lo cual constituye un aporte a la comunidad científica relacionada al sector turístico,

a los gestores públicos y privados, a las comunidades locales, prestadores y proveedores de servicios turísticos en general.

DESARROLLO

De acuerdo con Fleischer & Tchetchik, (2005) en muchas regiones rurales, el turismo es aceptado como una parte natural del tejido socioeconómico yuxtapuesto con la agricultura.

Según Barbieri & Mshenga, (2008) el agroturismo comprende las actividades turísticas que se llevan a cabo en regiones no urbanas por personas cuyo empleo principal es el sector primario o secundario de la economía.

Kizos & Losifides (2007) lo identifican como las actividades turísticas de pequeña escala, de origen familiar o cooperativo, desarrolladas en zonas rurales por personas empleadas en la agricultura.

Según Budowski, (2001) el agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agroecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias.

Hacienda Turística

El Reglamento de Alojamiento Turístico (Mintur, 2015) estipula que la hacienda turística es el establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Medición del turismo

(in2destination, s.f.) Todos los tipos de industria necesitan medir oferta, demanda, rentabilidad, competitividad, innovación, sostenibilidad, etc. La medición es información y, además, es información crítica para la acertada toma de decisiones.

Gracias a la medición en turismo podemos conocer, entre otras áreas de estudio: El alcance de la oferta y demanda de un destino;

La reputación del destino, recursos, aceptación de marcas;

El comportamiento del visitante en el destino según tipología del visitante;

Barreras que hay en el destino para que los visitantes exploren más allá de las zonas principales;

Dimensión de la oferta de viviendas turísticas y comparativo en precios con hoteles;

Estudios de capacidad de carga para destinos;

La relación entre visitantes y residentes (involucración e irritación);

Diagnósticos de madurez en implementación TIC

Atributos de establecimientos turísticos

En Argentina, (Hosteltur, s.f.) la aplicación informática RUPAT (Registro Único Provincial de Actividades Turísticas) ha sido desarrollada para soportar el operativo de relevamiento de establecimientos vinculados con la actividad turística por parte del

Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro. Esta aplicación posee además una herramienta de análisis de requisitos de las normas vigentes que permite categorizar establecimientos turísticos, realizar simulaciones, emitir informes de puntaje y de carencias, etc.

El Ministerio de Turismo con representación en Río Negro, (2008) identifica al atributo como cada clase de requerimiento de equipamiento o instalación o servicio; y el grupo de atributos como, el agrupamiento de atributos que se realiza en la norma, por ejemplo: equipamiento de unidades de alojamiento, instalaciones de unidades de alojamiento, etc.

Demanda de Actividades Agroturísticas

Sayadi & Calatrava (2001) detallaron en el estudio Agroturismo y Desarrollo Rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español, los siguientes datos obtenidos mediante encuestas a demandantes, es decir, los visitantes de la zona:

- Desinterés por la actividad agroturística entre los visitantes, variando éste según su perfil. El perfil del visitante más interesado por el tema agroturístico corresponde a una persona relativamente joven, entre 25 y 45 años de edad, con nivel de estudios medio-alto, con pocas o sin raíces familiares agrarias próximas en el tiempo, y que vive en una pequeña familia de zonas urbanas y metropolitanas.
- El bajo grado de conocimiento sobre lo que consiste la oferta agroturística, constituye, sin duda, uno de los factores más limitantes de su demanda.
- Aunque hay un desconocimiento de lo que significa «agroturismo», se observa que la agricultura es muy apreciada por una mayoría de los visitantes y considerada indispensable para el mantenimiento de la actividad turística en la zona.
- Existe una creciente valoración de determinados elementos del sistema agrario cuyo disfrute puede considerarse como un nivel primario, de naturaleza más pasiva, de agroturismo (paisajes agrarios, ciertos productos agrarios típicos de la región, productos agrarios naturales o fabricados de manera natural, platos típicos, ciertos elementos culturales...), siendo prácticamente inexistentes la actividad agroturística en niveles más participativos.

—Entre las actividades relacionadas con los sistemas agrarios, que resultan atractivas para los turistas, destacan las de naturaleza gastronómica, ambiental y artesanal. En contraste con las de participación en las actividades agrarias de la granja que son poco valoradas dependiendo del perfil del visitante. Los visitantes que más predisposición e interés sienten por participar en las tareas de la granja, tienen edades entre 25 y 45 años, con nivel de estudios y renta altos, viven en el medio urbano y metropolitano, o son extranjeros, de familia no agraria y que no trabajan en ninguna profesión relacionada con la agricultura o no lo han hecho anteriormente.

Oferta de Actividades Agroturísticas

Sayadi & Calatrava (2001) presentan los siguientes datos del estudio aplicado a los agricultores, como posibles oferentes de la zona:

- Desconocimiento del potencial agroturístico, por parte de los agricultores, que no tienen suficiente información sobre lo que es el agroturismo y sobre las posibilidades que les brinda.
- Desconocimiento y falta de información, los agricultores tampoco presentan, en general, interés suficiente para embarcar su explotación y su familia en la aventura turística, para la que no se encuentran ni preparados ni incentivados: es algo nuevo que no resulta familiar ni atractivo en un sector tan tradicional como el agrario.
- A pesar de lo anterior, existe, en algunos agricultores, una cierta disposición a estructurar y reconvertir su explotación hacia este fin, principalmente obligados por la necesidad de buscar rentas complementarias.

Actividades y servicios en haciendas agroturísticas

Sayadi & Calatrava (2001) En el estudio Valores Medios de las Actividades y Servicios Preferidos por los Turistas en la Explotación Agraria, en el que se aplicó el Test De Kruskal- Wallis, utilizado para ordenar los datos; y nivel de significación de las comparaciones dos a dos, para medir la importancia o calidad de cada actividad. Los

resultados de dicho análisis de valoración, en el orden de importancia para los turistas, de mayor a menor es:

Restaurante y comida a base de platos hechos con productos de la granja

Colaboración en actividades de preservación de la naturaleza: reforestación, etc.

Participación en la elaboración artesanal del vino

Habitaciones de huéspedes en la granja

Cursillos de familiarización con la naturaleza

Cursillos de gastronomía, catas y degustaciones

Participación en la elaboración artesanal del pan artesanal Acogida de niños (granja escuela)

Participación en la elaboración artesanal de aceite

Simplemente vivir en la explotación agraria

Participación (u observación) en labores agrarias

Participación en la matanza

Realización de actividades ecuestres

Utilización del espacio de camping dentro de la finca

Participación en actividades de caza y/ o pesca

METODOLOGÍA

La investigación para la presente propuesta metodológica es de tipo exploratoria dentro de los cánones de la investigación cualitativa. La propuesta metodológica incluye campos como variedad de producción, disponibilidad turística, infraestructura, acceso, oferta de actividades, promoción y comercialización. Las fuentes de información consultadas corresponden a trabajos de referencia de especialidad y literatura nacional e internacional. Dentro de las referencias bibliográficas, se encuentran el estudio Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos (Consultora Ambiental Sambito S.A., 2009); y la Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador (Mintur, 2017).

RESULTADOS

Tabla 1. A efecto de poder describir y clasificar los atributos que permitan diferenciar a los establecimientos de otros de la misma tipología, y que son valorados por los turistas en cuanto a la percepción deseada acerca de un establecimiento agroturístico; se procede a estructurar en, 9 atributos con la respectiva descripción y campos.

Atributo	Descripción	Información de los campos
1. Generalidades	Información de utilidad para el visitante acerca de las generalidades del establecimiento, su entorno y ambiente.	Identificación, ubicación, clima
2. Variedad de producción	Se refiere a la amplitud de producción agropecuaria que existe en el establecimiento.	Agrícola, ganadera, avícola, otros.
3. Características del personal	Detalle de la preparación profesional de los empleados y capacidad de hablar uno o más idiomas extranjeros.	Cualificación del personal
4. Disponibilidad turística	Hace referencia al número máximo de visitantes que puede recibir el establecimiento e información acerca de la clasificación que determine las comodidades o servicios que están disponibles	Capacidad, tipo de acomodación, categoría,
5. Infraestructura	Medición básica de confort en las instalaciones. Información de utilidad, especialmente al acudir a un establecimiento por primera ocasión.	Especificación del estado de los espacios sociales e instalaciones
6. Entorno	Se refiere a la variedad de oferta de lugares que existen en el sector que por su cercanía con el establecimiento posibilita la opción de visitar, o de acudir en caso de emergencias como en el caso de los establecimientos de salud.	Centros urbanos, atractivos turísticos naturales o culturales y centros médicos cercanos al establecimiento, con su respectivo estado de conservación del entorno
7. Accesos	Característica valiosa para el visitante en términos de esfuerzo para acceder al establecimiento.	Vías, señalización, temporada de acceso y parqueo
8. Oferta de actividades y tarifas	Especificación de la oferta de actividades turísticas que se presentan y tarifas	Actividades, productos y/o servicios que ofrece, tarifas, descuentos
9. Promoción y comercialización	Se refiere al fácil acceso de información del establecimiento a través de la los medios de difusión de que el establecimiento emplea para llegar a sus visitantes	Medios y material de promoción, y medios de comercialización
10. Accesibilidad	eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación	Infraestructura y web

Tabla 1 Atributo Variedad de producción

Tabla 2. Datos informativos del establecimiento e información de utilidad para el usuario como ubicación y clima. Estudios científicos han comprobado la influencia del clima en las decisiones de elección de destinos turísticos.

(Vaquero, 2019) La temperatura en una determinada región de origen determinaría las elecciones de destinos turísticos hacia climas diferentes a los de su región de origen. La mayoría de las investigaciones han situado al clima como un componente intrínseco de la elección de destino, que actúa como un factor de atracción; sin embargo, también pueden influir como factor de empuje de la demanda turística. Otro condicionante es que, el efecto del clima depende de la estación de referencia, no es lo mismo un aumento de temperatura en verano que en invierno.

Adicionalmente, es importante, dar información del clima, debido a que los visitantes que por primera vez viajan al destino o viajan por primera vez en esa época del año al destino, necesitan este dato para la planificación de vestimenta e incluso de actividades a desarrollar y servicios turísticos por adquirir.

Campos	Información a completar
Nombre del establecimiento	Escribir el nombre del establecimiento
Nombre del propietario	Escribir el nombre del propietario
Cantón o parroquia	Escribir el nombre del cantón o parroquia
Clima	Especificar el clima promedio anual o las variaciones del clima de acuerdo a las temporadas
Localización (dirección)	Escribir la dirección del establecimiento
Longitud y latitud	Escribir la longitud y latitud del sitio
Extensión	Escribir la extensión del área

Tabla 2. Generalidades

Tabla 3. La particularidad de las haciendas agroturísticas es que hacen partícipe a los visitantes en los procesos de producción, a manera de involucrar en sus actividades cotidianas a los turistas. Por lo que, la variedad de producción influye en la oferta de servicios en el establecimiento. Por ejemplo, en una finca con producción de ganado bovino, se puede involucrar a los visitantes en la alimentación, el ordeño y los cuidados para el bienestar animal. En las haciendas de producción agrícola, el visitante podrá

participar en la preparación de terreno para la siembra, siembra, cuidado de cultivos y recolección de frutos.

Campos	Información a completar
Variedad de producción agrícola	Especificar tipología: Arroz, café, cacao, mango, maíz duro seco, soya, banano, maracuyá, caña de azúcar, palma africana, plátano, otros (especificar)
Variedad de producción ganadera	Especificar tipología: Vacuno, caballar, porcino, ovino, caprino, otros (especificar)
Variedad de producción avícola	Pavos, ponedoras, patos, reproductoras, pollos de engorde, otros (especificar)
Otras actividades de producción	Especificar si realiza otras actividades de producción

Tabla 3 Atributo Variedad de producción

Tabla 4. El número de empleados y nivel de instrucción formal, estará estrechamente ligado a la capacidad y categoría del establecimiento. Inclusive, si se mantiene empleado personal profesional del sector turístico, la gestión y operación se vería favorecida. En el sector turístico, el manejo de idiomas es una herramienta indispensable. El trato especializado en el idioma del visitante, genera confianza, facilita la comunicación directa y denota profesionalismo.

Campos	Información a completar
Número de empleados	Especificar número de empleados
Nivel de instrucción	Detallar el nivel de instrucción de los empleados de la hacienda en número (Alfabetización, ninguna, primaria, secundaria, bachiller, otros).
Idiomas	Especificar los idiomas que manejan los empleados y porcentaje de conocimiento (Español, inglés, francés, alemán, otro)

Tabla 4. Atributo características del personal

Tabla 5. La especificación del tipo de acomodación permitirá conocer la disponibilidad de habitaciones o cabañas en el establecimiento y la capacidad total, en caso de requerir contratar hospedaje para grupos. En cuanto a la categoría, determinará el nivel de servicios y grado de confort de la hacienda.

El estar informado de la categoría del establecimiento, le genera al turista seguridad, al conocer acerca de los servicios de los que dispondrá durante su estancia.

Campos	Información a completar
Tipo de acomodación	Especificar tipo de acomodación y número de habitaciones (sencilla, doble, triple, grupal, cabaña familiar)

Número de habitaciones disponibles	Escribir el número de habitaciones que posee el establecimiento.
Número de plazas disponibles	Escribir el número de personas que pueden pernoctar en las camas instaladas permanentemente.
Categoría	Especificar la categoría según la clasificación de alojamiento turístico (3-5 estrellas)

Tabla 5. Atributo disponibilidad turística

Tabla 6. La información detallada en cuanto a la infraestructura física y funcional permitirá a gestores públicos conocer las características y estado de conservación de las instalaciones en los establecimientos. En cuanto a, los gestores privados, servirá de insumo para de alguna forma garantizar una prestación de servicios, acorde a las expectativas del visitante. Al ser los servicios turísticos en general, un conjunto de experiencias para los usuarios, el conocer detalles acerca de la infraestructura, genera en el potencial usuario, una visión anticipada del entorno en el que disfrutaría su estancia.

Campos	Información a completar
Senderos	
Áreas verdes	
(ornamento) Cercas	
Plantaciones	
(cultivos) Sistema de riego	
Secaderos de café, cacao, etc.	
Espacio de crianza de animales	
Salas de ordeño	
Fuentes de agua	
Fuentes de alimento para animales	Especificar el estado de las instalaciones (M, R, B, MB, EXC)
Graneros	
Control sanitario (animales)	
Baños públicos	
Área habitacional (casa)	
Área de comedor	
Espacios sociales (Eventos y reuniones)	
Área de recreación	
Otros (especificar)	
Servicios básicos	Detallar si el establecimiento dispone de servicio de agua potable, energía eléctrica, teléfono y disposición de desechos

Tabla 6. Atributo infraestructura

Tabla 7. Con respecto a los centros urbanos cercanos, de acuerdo a (Boullón, Planificación del Espacio Turístico (3a. ed.), 1997), el espacio turístico abarca todas las partes del territorio donde se verifica o podría verificarse la práctica de actividades turísticas. (Identidad y Desarrollo, s.f.) Es así que una localidad, un servicio o un atractivo pueden estar ahí en tiempo real o identificarse como potencial. La capacidad para observar el territorio de manera creativa es fundamental para diseñar nuevos productos y soluciones que nos ayuden a crecer de manera sostenible y sustentable.

Los atractivos turísticos son conocidos como la materia prima del turismo, constituyen el componente primario del producto turístico según (Boullón, 1986). De manera que, al describirlos dentro del espacio turístico, es posible conocer las potencialidades del territorio para el desarrollo y planificación de las actividades turísticas.

Campos	Información a completar
Centros urbanos cercanos	Escribir los nombres de los centros urbanos cercano al establecimiento
Atractivos turísticos naturales cercanos	Escribir los nombres de los atractivos turísticos naturales cercanos (montañas, lagos, lagunas, ríos, caídas de agua, grutas, cavernas, lugares de observación de flora y fauna, lugares de caza y pesca, termas, reservas, parques nacionales, refugios de vida silvestre y áreas de recreación), y a que distancia se encuentran del establecimiento. Especificar estado de conservación del entorno en los atractivos (Alterado, no alterado, deteriorado, conservado, en proceso de deterioro)
Atractivos turísticos culturales cercanos	Escribir los nombres de los atractivos turísticos culturales cercanos (Museos, obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos, folklore, manifestaciones religiosas y creencias populares,
	ferias y mercados, música y danzas, artesanías y artes populares, comidas y bebidas típicas, grupos étnicos) y a que distancia se encuentran del establecimiento. Especificar estado de conservación del entorno en los atractivos (Alterado, no alterado, deteriorado, conservado, en proceso de deterioro)
Centros médicos cercanos:	Escribir los nombres de los centros médicos cercanos, dirección y a que distancia se encuentran del establecimiento

Tabla 7. Atributo entorno

Tabla 8. Hace referencia a la accesibilidad al espacio turístico donde se ubica el establecimiento y el estado de las vías de acceso. (MIntur, 2017) En la temporalidad, se refiere a los periodos de mayor o menor visitación a los atractivos turísticos. Y la

especificación de la atención para informar del periodo de tiempo establecido para visitación del público al establecimiento, atractivos turísticos y culturales.

Hace referencia

Campos	Información a completar
Vías de acceso	Especificar las vías de acceso al establecimiento (terrestre, acuática y/o aéreo)
Estado de las vías de acceso	Especificar el estado de las vías acceso (B, R, M)
Temporalidad de acceso al establecimiento	Especificar días y horarios de atención (Días del año, días al mes, horas al día). Detallar en caso de ser necesario, mes de apertura y mes de cierre.
Temporalidad de acceso a los atractivos turísticos naturales cercanos	Especificar los días y horarios de atención (Días del año, días al mes, horas al día) de los atractivos turísticos naturales cercanos. Detallar en caso de ser necesario, mes de apertura y mes de cierre.
Temporalidad de acceso a los atractivos turísticos culturales cercanos	Especificar los días y horarios de atención (Días del año, días al mes, horas al día) de los atractivos turísticos culturales cercanos. Detallar en caso de ser necesario, mes de apertura y mes de cierre.

Tabla 8. Atributo accesos

Tabla 9. (Vivas, 2007) Se considera que para alcanzar crecimiento económico vía ingresos derivados del gasto turístico es necesario contar con una demanda turística suficiente que se sienta atraída por el producto turístico. Para lograrlo, se requiere de la interacción y preocupación de los diferentes actores económicos en desarrollar fuentes de ventaja competitivas.

Ante el panorama que caracteriza actualmente el sector turístico los consumidores también han adoptado un comportamiento que ha ido experimentando una serie de cambios, entre los que pueden citarse los siguientes:

- Mayor conocimiento de ofertas disponibles y destinos no convencionales.
- Altas expectativas.
- Mayor exigencia.
- Consumidores sensibles a descensos continuos de precios debido a la «guerra de precios» consecuencia del exceso de oferta en destinos convencionales.
- Escasez de oferta de productos que se adapten a las actuales demandas de extranjeros.
- El turismo de masas afecta la percepción de calidad de un destino turístico.

Campos	Información a completar
Medios de promoción	Especificar el medio: Internet TV, radio, revistas especializadas, diarios, asociaciones, ferias y exposiciones, guías turísticos, ministerio de Turismo, otros (especificar)
Material de promoción	Especificar material de promoción utilizados: folletos, guías carteles, flyers, volantes, anuncios de prensa, claquetas, menciones, etc.)
Medios de comercialización utilizados	Especificar los medios de comercialización utilizados (Por cuenta propia, a través de asociaciones, a través de su página web en internet, familiares/amigos, a través de agencias de viajes, otros (especificar)
Comunicación y comunidad	Especificar dirección de página web, redes sociales, blog, microblogging, plataformas de video, etc.

Tabla 10. Atributo promoción y comercialización

Tabla 11. En este apartado se describe la accesibilidad física del establecimiento, permitiendo a las personas que presentan algún tipo de discapacidad, conocer la existencia o no de barreras que impidan o dificulten su estadía en el lugar.

(Fontanet Nadal & Jaume Mayol, 2011) Las iniciativas de Turismo Accesible deberían referirse tanto a la accesibilidad física como a la accesibilidad a los sitios web. Se define la Accesibilidad Web como la capacidad de una página web de permitir que personas con discapacidad puedan acceder a sus contenidos. El W3C es un organismo que ha definido normas tendentes a mejorar la accesibilidad web. Con ello podremos determinar si el Turismo Accesible también tiene en consideración el componente tecnológico.

Una premisa de la accesibilidad web, es el acceso universal a la web, es decir, ser comprensible el contenido de la página, independientemente de la nacionalidad del usuario.

Campos	Información a completar
Infraestructura accesible	Especificar si se han superado las barreras físicas en las instalaciones (Rampas, pasamanos, entradas con alto relieve, barra de sujeción en los baños,

	circulación libre para silla de ruedas en áreas comunes, habitación, etc.)
Accesibilidad web	Especificar si la página web del establecimiento es accesible (Tamaño de letra, audioguía, etc.) Idiomas utilizados en el contenido.

Tabla 11. Atributo accesibilidad

DISCUSIÓN

Los hallazgos producto de la revisión bibliográfica revelaron, que existen escasos modelos para la valoración de atributos de las haciendas turísticas, lo que dificulta tener una base de datos que permita conocer con exactitud la oferta agroturística de un territorio.

La presente metodología fue desarrollada con el objetivo de servir como instrumento de investigación en el Proyecto de Investigación y Desarrollo de la Universidad Técnica de Babahoyo “Georreferenciación de los Atractivos Turísticos y servicios para el desarrollo del agroturismo inclusivo (no videntes) en la provincia de Los Ríos. Aplicación móvil y Guía Digital Senderos del Montubio”.

Producto de la revisión bibliográfica, se encontraron datos correspondientes al estudio Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos (Consultora Ambiental Sambito S.A., 2009); la que se constituyó como referencia básica para la presente investigación. Cabe recalcar, que al ser ésta realizada en el año 2009, se encuentra desactualizada.

La validez de los resultados fue la aplicación de la ficha de registro de recolección de información para la valoración de atributos de las haciendas agroturísticas generado a través del análisis del estudio Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos (Consultora Ambiental Sambito S.A., 2009). Cabe recalcar, que al ser ésta realizada en el año 2009, se encuentra desactualizada. De la investigación referida, se adoptó el método implementado para generar una base de datos de dichos establecimientos correspondientes a las provincias de Guayas y Los Ríos.

Adicionalmente, se añadieron otros campos para tener la información más amplia acorde a la realidad y demanda actual, por ejemplo, la accesibilidad.

Al realizar la revisión bibliográfica, se presentaron limitaciones como, la escasez de investigaciones científicas basadas en la temática.

Es posible aplicar estos resultados en cualquier latitud del planeta, es decir, en cualquier otro lugar se puede utilizar esta plantilla para poder levantar una base de datos de los establecimientos agroturísticos. Los resultados sustentan a la hipótesis que se propuso inicialmente porque con este modelo, se pudo establecer una del modelo de valoración cualitativa para conocer cuáles son los diferentes atributos y características de los establecimientos.

Otras hipótesis también pueden plantearse a la luz de los recientes hallazgos, por ejemplo; si existieran datos actualizados o estandarizados acerca de los establecimientos agroturísticos, podríamos conocer con claridad, la oferta; y, se podría añadir a la planificación turística de las localidades. Por lo tanto, se lograría cuantificar la oferta turística en el sector agropecuario.

Los resultados que se obtuvieron se ajustaron a la delimitación del problema, en la que se basa la carencia de un modelo para poder medir los atributos de las haciendas.

La metodología propuesta puede ser utilizada para futuras investigaciones, y así a través de la aplicación de la plantilla, generar datos de utilidad, como: porcentajes en los diferentes atributos que diferencian a las haciendas, conocer los establecimientos según niveles de calidad de servicios para los visitantes, así como también, las haciendas que deberían realizar mejoras.

Es necesario que, este tipo de estudio se encuentre actualizado y que sea realizado por los estamentos oficiales sobre quiénes recae la competencia de controlar, promocionar y difundir los atractivos turísticos, en el Ecuador, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de cada localidad. Al momento de ser publicada la presente investigación, en la provincia de Los Ríos, se evidencia Planificación de Desarrollo y Ordenamiento

Territorial, siendo indispensable que, se formule e implemente un Plan de Desarrollo Turístico, lo cual representa una debilidad para el desarrollo turístico de la provincia.

Se recomienda realizar nuevos estudios en esta temática para poder cuantificar y cualificar la oferta agroturística en cada localidad, y de esta manera tomar decisiones en cuanto a planificación pública y privada.

CONCLUSIONES

El propósito de la presente propuesta metodológica del modelo de valoración cualitativa de atributos de las haciendas agroturísticas es proveer de una herramienta estandarizada que sirva como insumo de información para identificar las características de cada establecimiento que guíe y facilite la elección de destino a los potenciales turistas.

Ecuador un país megadiverso, con sin número de recursos naturales y atractivos turísticos, nos encontramos con la realidad de que, en múltiples ocasiones, la oferta no está al alcance de la demanda, lo que dificulta o imposibilita a los usuarios llegar al establecimiento turístico.

A través de la aplicación de la metodología planteada, será posible la categorización de establecimientos agroturísticos en base a los resultados. De manera que, se evidencie las haciendas o fincas que se encuentran en condiciones óptimas para operar turísticamente, las que han dejado de producir mediante las actividades de agricultura o ganadería y están abiertas al público, los establecimientos que con asesoramiento y una mínima inversión podrían iniciar la operación turística; y las haciendas antes de iniciar la operación turística, necesitan invertir a fin de mejorar sus instalaciones.

Por lo cual, se establece el presente estudio como insumo para el Proyecto de Investigación y Desarrollo antes mencionado, y se presenta la propuesta metodológica del modelo de valoración cualitativa de los atributos de las haciendas agroturísticas, como una herramienta al servicio de la organización del destino turístico, para futuros trabajos de investigación científica; y configuración y desarrollo de programas turísticos en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics.

166–183. Boullón, R. (1986). *Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista*.

Trillas.

Boullón, R. (1997). *Planificación del Espacio Turístico (3a. ed.)*.

México: Trillas. Budowski, G. (2001). Modalidades agroturísticas y sus limitaciones (en línea).

Consultora Ambiental Sambito S.A. (2009). *Conformación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos*.

Fleischer, A., & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 493–501.

Fontanet Nadal, G., & Jaume Mayol, J. (2011). Importancia y situación actual de la accesibilidad web para el turismo accesible. 9(2), 317-326.

Hosteltur. (s.f.). *Hosteltur Latam*. Recuperado el 20 de Agosto de 2020, de https://www.hosteltur.com/lat/140000_beneficios-impositivos-alojamientos-rio-negro-inscriptos-rupat.html

Identidad y Desarrollo. (s.f.). *Identidad y Desarrollo*. Recuperado el 21 de Febrero de 2020, de <https://identidadydesarrollo.com/analisis-del-espacio-turistico-regional/>

in2destination. (s.f.). <https://www.in2destination.com/>. Obtenido de <https://www.in2destination.com/servicios/territorios-innovadores/>

Kizos, T., & Losifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society and Politics*,

59–77.

Mintur. (2015). Reglamento de Alojamiento Turístico. *Registro Oficial 664 de 7 de Enero del 2016*. Quito.

Mintur. (2017). *Guía para el Levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador 2.da edición*.

Quito.

Mintur Río Negro. (2008). RUPAT. Fabricante By Wind Software.

Sayadi, S., & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y Desarrollo Rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español.

Solzona, J. (2006). El turismo rural en Europa. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 25-35.

University of California Agriculture and Natural Resources. (2018). *Planning a U-Pick Operation*. Recuperado el 11 de Agosto de 2020, de <https://asi.ucdavis.edu/sites/g/files/dgvnsk5751/files/inline-files/U%20Pick%20layout.pdf>

Vaquero, A. (2019). Efectos del clima en las decisiones de elección de destinos turísticos Master Thesis. Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Vivas, R. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*.