



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Tema:

El agroturismo y la gestión de nuevas rutas turísticas Caso: Ruta Sabores y Saberes cantón
San Vicente.

Autora:

Daysi Vanessa Gordon Guamancuri

Extensión Sucre 1016E01– Bahía de Caráquez

Licenciatura en Turismo

Enero 2025, Bahía de Caráquez

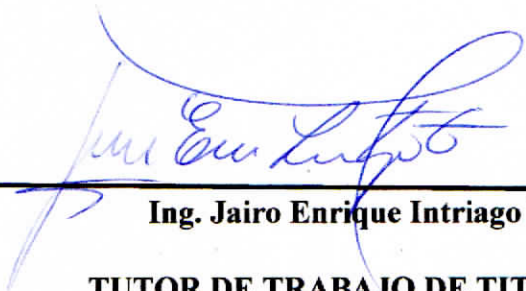
CERTIFICADO DEL TUTOR

ING. JAIRO ENRIQUE INTRIAGO TORRES CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSIÓN SUCRE 1016E01 - BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que la presente investigación titulada **“El agroturismo y la gestión de nuevas rutas turísticas Caso: Ruta Sabores y Saberes cantón San Vicente.”**, elaborada por la estudiante **Daysi Vanessa Gordon Guamancuri**, ha sido revisada y desarrollada conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”.

En consecuencia, autorizo su presentación y sustentación.



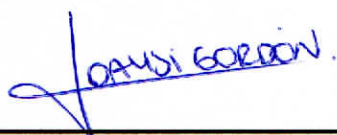
Ing. Jairo Enrique Intriago Torres
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este Proyecto de Investigación, pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de este Proyecto de Investigación corresponde a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Extensión Sucre 1016E02 - Bahía de Caráquez.

LA AUTORA



Daysi Vanessa Gordon Guamancuri

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal de grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICATORIA

Quiero agradecer a Dios por siempre estar presente en cada oración y por cada día de vida. Le dedico el esfuerzo y resultado de este trabajo a toda mi familia, siendo un pilar muy importante para mi vida quienes con cada consejo o palabra de ánimo están presentes a pesar de la distancia, quiero dedicar principalmente a mis padres quienes me apoyan, y se han encontrado en mis momentos buenos y malos, a mi mami Susana por ser esa mujer fuerte, luchadora, y con carácter quien me impulsa siempre hacia delante y me da su hombro cuando siento desfallecer, la que ha estado siempre para mí en cualquier decisión, a mi padre Mario por apoyarme económicamente en este proceso por estar presente, a mi hermana Tania por enseñarme a afrontar dificultades sin perder el rumbo por ser mi guía y ejemplo, por ser mi compañera desde pequeñas, gracias por no rendirte nunca pues fuiste mi guía para seguir adelante, a mi hijo Tomás por superar cada obstáculo y cada etapa juntos, por su paciencia y su esfuerzo, por estar conmigo en mis momentos más vulnerables, porque con una mirada o abrazo borraba cualquier miedo o temor, siendo la personita que no me ha prometido nada pero siempre dándolo todo, por ser mi cable a tierra por enseñarme que tan fuerte y decidida puedo ser, quien ha forjado la persona que soy hoy en día. También quiero dedicas a mis tías que son como mis segundas madres Irene y su núcleo familiar que han sido parte fundamental de mi carácter y crecimiento personal y profesional, a mi tía Rocío quien con su forma de ser tan noble, humana, cariñosa sembró la espinita de seguir adelante, sido nuestra guía innata para mi hermana y para mí, quien nos mostró que nunca es tarde para comenzar a estudiar o luchar por lo que uno desea, por más difícil o compleja que se ponga.

Me han enseñado a ser una persona humilde, humana con valores y principios únicos, a ser perseverante con lo que uno desea, que se deben culminar las cosas que uno empieza, a seguir adelante a pesar de cualquier inconveniente que se presente.

RECONOCIMIENTO

Durante todo este proceso, he tenido la dicha de contar con personas increíbles, que han sabido aconsejarme y darme su palabra de aliento y me han animado a seguir adelante en momentos duros y difíciles, sin duda alguna mi empuje y motor siempre será mi hijo, y mi familia, pero esto no sería posible sin la Guía divina de Dios, quien me ha puesto en este camino y estamos próximos a culminar una etapa en mi vida.

En el transcurso de los semestres he tenido el privilegio de contar con docentes increíbles quienes han sido de apoyo, compartiendo su conocimiento y enseñanzas, además de brindarme consejos para el futuro, a mi tutor el Dr. Jairo Intriago por guiarme y ayudarme a culminar mi proyecto, mi respeto y admiración.

Quiero dar este reconocimiento en especial a la Ing., Fernanda Navas quien ha sido mi docente y mentora, digna de admirar por su labor de enseñar y compartir su vasto conocimiento y anécdotas, por motivarme y forzarme a ser mejor cada día, por sus palabras de aliento cuando me sentía desanimada por alguna situación, por creer en el potencial y la futura profesional que seré, no me queda más que dar las gracias a todas esas personas que reconozco me han brindado tanto sin nada a cambio, es una sensación y satisfacción poder finalizar con esta etapa gracias a sus aportes significativos para mí.

Daysi Vanessa Gordon Guamancuri

INDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR	I
DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA	II
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO.....	V
RESUMEN	1
ABSTRAC	2
INTRODUCCIÓN	3
Diseño Teórico.....	5
Objetivo	6
Tareas científicas	6
CAPÍTULO I.....	7
1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. ¿Qué es el turismo?	7
1.2. ¿Qué es el agroturismo?	7
1.3. ¿Cuál es el potencial de las rutas agroturísticas?.....	8
1.4. Actividades agroturísticas	9
1.5. ¿Qué productos agroturisticos se desarrollan?	10
1.6. Desarrollo de la ruta agroturística	12
1.7. Promoción y difusión	13
1.8. ¿Qué son las Rutas turísticas?	13
1.9. Tipos de rutas turísticas	14
1.10. Importancia de las rutas turísticas	15
1.11. Elementos y características de la ruta turística	16
1.12. ¿Cómo se diseñan las rutas turísticas?	17
1.13. ¿Cómo es el posicionamiento de las rutas?	18
1.14. ¿Cómo es la interrelación entre la ruta y las comunidades?.....	18

CAPÍTULO II	20
2. Diseño Metodológico	20
2.1. Metodología	20
2.1.1. Histórico:	20
2.1.2. Observación:	21
2.2. Población	21
2.3. Muestra	21
2.3.1. Muestra aleatoria simple	21
2.4. Herramientas	22
2.4.1. Entrevista:	22
2.4.2. FODA:	24
2.5. Interpretación de las entrevistas	26
2.6. Análisis cruzado	31
CAPÍTULO III	32
3. Diseño de la propuesta	32
3.1. Antecedentes	32
3.2. Justificación	34
3.3. Objetivos	34
3.3.1. Objetivo general	34
3.3.2. Objetivos específicos	34
3.3.3. Desarrollo de la propuesta	35
Mapeo ruta agroturística sabores y saberes	36
Diseño de guía promocional para la ruta sabores y saberes	37
Presupuesto	54
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Bibliografía	56

RESUMEN

El presente proyecto de investigación está desarrollado en tres capítulos, tiene por objetivo analizar la evolución del agroturismo en la ruta sabores y saberes, y la gestión de nuevas rutas. El agroturismo es un tipo de turismo que conlleva el descanso en el campo o vivir la experiencia, alejado de la ciudad degustar de la gastronomía variada que presenta un sin número de beneficios como la satisfacción personal. Para ello es importante reconocer la falta de difusión, y señalética turística de la Ruta Sabores y Saberes, ha impedido la evolución de la misma, siendo que cuenta con el apoyo de FOCAZNOM y MANPANOR como factores claves. La siguiente pregunta de investigación ¿Cómo lograr que la ruta sea un producto turístico pionero en el agroturismo, siendo guía para impulsar y gestionar nuevas rutas que ayuden al desarrollo y evolución de las parroquias aportando a sus comunidades? Tiene como finalidad ayudar al desarrollo favorable de la ruta.

El diseño metodológico fue trabajado con una investigación cualitativa y utilizando el método histórico y de observación. Se aplicó la elaboración de un FODA y entrevistas, se realizaron 5 preguntas a personas que se encuentran en la ruta, con esta información se busca analizar la evolución de la ruta desde su creación, su proceso y hasta la actualidad. Por último, se desarrolló la propuesta técnica que es una guía de estrategias de promoción de rutas turísticas, lo que ayudara al desarrollo progresivo y darle un empuje a la ruta para que pueda llegar a ser pionero en el cantón san Vicente.

Palabras claves: agroturismo, ruta turística, desarrollo del sector.

ABSTRAC

This research project is developed in three chapters, its objective is to analyze the evolution of agrotourism in the route flavors and knowledge, and the management of new routes. Agrotourism is a type of tourism that involves resting in the countryside or living the experience, away from the city, tasting the varied gastronomy that presents a number of benefits such as personal satisfaction. To this end, it is important to recognize the lack of dissemination and tourist signage of the Sabores y Saberes Route, which has hindered its evolution, even though it has the support of FOCAZNOM and MANPANOR as key factors. The following research question: How to make the route a pioneer tourism product in agrotourism, being a guide to promote and manage new routes that help the development and evolution of the parishes contributing to their communities? Its purpose is to help the favorable development of the route.

The methodological design was worked with a qualitative research and using the historical and observation method. The elaboration of a SWOT and interviews were applied, 5 questions were asked to people who are on the route, with this information we seek to analyze the evolution of the route since its creation, its process and up to the present. Finally, a technical proposal was developed, which is a guide of strategies for the promotion of tourist routes, which will help the progressive development and give a boost to the route so that it can become a pioneer in the canton of San Vicente.

Keywords: agrotourism, tourist route, development of the sector.

INTRODUCCIÓN

El estudio busca contribuir con el análisis de la evolución del agroturismo mediante las experiencias que ofrece la Ruta Sabores y Saberes, ubicada en el cantón San Vicente de la provincia de Manabí. El turismo, una actividad dinámica, flexible y moldeable, permite conocer distintos lugares de un entorno, siendo este una fuente de ingresos.

El turismo como desarrollador de espacios basado en la tipología específica del agroturismo, es una tendencia en auge que ofrece una mezcla de experiencias agrícolas. Consiste en que los visitantes se sumerjan en entornos rurales, participen en diversas actividades relacionadas con las granjas (campo), satisfagan diversos intereses, desde la recogida de fruta hasta la cata de vinos, así como la estancia en las granjas (haciendas), etc. Del mismo modo, busca apreciar la agricultura y su papel en la vida cotidiana. Además, es importante considerar la autenticidad y la sostenibilidad, ya que al hacerlo se crean beneficios mutuos para los visitantes, las comunidades rurales y el entorno natural. (Boullón R., 2016)

Según la (OMT, 2020) mencionó que el turismo es la tercera categoría de exportación más grande del mundo, representando el 7% del comercio mundial. Sin embargo, en el 2020, el número de turistas internacionales disminuyó entre un 58% y un 78%. Mientras tanto, en la actualidad, países como Estados Unidos, Italia y España se posicionan como pioneros en el agroturismo. Tomando como referencia a España, donde el 42.5% de los turistas realizan agroturismo dentro de su territorio, se observa un aumento del 7.4% en la superficie media de explotación, según el análisis estadístico del (Instituto Nacional de Estadística, 2022) INE en el censo agrario, la cual actualmente es de 26.37 hectáreas. En estas actividades, las vinícolas han llamado especialmente la atención de los visitantes.

Mientras tanto, en el Ecuador, el agroturismo representa un crecimiento en el sector rural, el cual busca consolidar con las experiencias del turismo comunitario, como lo demuestra el Plan Nacional de Turismo 2030. El gobierno busca fortalecer el desarrollo turístico, mediante experiencias comunitarias y la implementación de nuevos productos. Por otro lado, la Provincia de Manabí cuenta con una ubicación geográfica única, su clima cálido y húmedo favorece su potencial agropecuario fundamental en cadenas productivas como el cacao, café, banano, plátano, palma africana, maracuyá, naranja, mandarina, limón, maíz, arroz, maní, yuca, entre otros. Conforme a (Instituto Ecuatoriano Nacional de Censo, 2021)

IENC detalla que la producción de maíz alcanzo un 31,2%, en segundo lugar, el plátano y la palma africana. El 36% del total de plantación existente en la provincia corresponde al cacao (130,945 ha), seguido por el maíz duro seco (99,095 ha) y finalmente el plátano (68.503 ha), detallando un potencial tanto para la producción como para la exportación ayudando a la económica mediante las actividades agroturisticas ya que varias fincas se dedican a la producción en volumen de los mismo. También se destacan productos como el pescado, las hortalizas, las frutas y la fibra. Se dice que es una de las provincias más visitadas en los feriados por su turismo rural, ofreciendo una buena opción para pasar en familia o amigos, impulsando la diversificación de los destinos del país.

El artículo 45 de (Ley de Turismo, 2014) menciona que *“El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizado por cualquier persona normal o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas”* de acuerdo a la ley en el turismo se puede ejercer el turismo mediante rutas turísticas ya que por medio de ellas se puede desarrollar la experiencia. Por otro lado, Manabí se está posicionado como líder del agroturismo, ya que cuenta con rutas establecidas desde el 2010. Entre ellas se encuentran la Ruta Puerto Cabuyal, está ubicada en la comunidad Puerto Cabuyal, Punta San Clemente, esta ruta tiene como objetivo dar a conocer los atractivos, recursos y gastronomía entre otros, como es la reserva marina actualmente declarada, el (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2021) MAATE anunció la creación de una nueva área protegida denominada Reserva Marina Puerto – Cabuyal – Punta San Clemente, esta área protegida contribuirá a la preservación, protección de las especies, como los tiburones Martillo considerados por la (Union Internacional para la Conservacion de la Naturaleza, s.f.) UICN especie en peligro de extinción. Lo que conlleva a esta nueva área marina no solo a conservar y recuperar la biodiversidad, sino también aumentar los ingresos del sector pesquero artesanal y mejorar la calidad de vida de las comunidades costeras.

También encontramos la ruta del cacao posicionada en Manabí, considerado recurso agrario potencial turístico cultural sostenible, desarrollando sus actividades en zonas rurales y periferias urbanas, el objetivo de esta ruta es compartir su experiencia de producción, recolección y procesos de elaboración del cacao, la (Asociación nacional de exportadores de cacao, 2016) ANECACAO registran cifras de exportación con un volumen de 260.000 toneladas métricas de grano de cacao y productos derivados del mismo. Mientras que la Ruta Iche, primera ruta mancomunada de turismo gastronómico posicionada en el 2022, este proyecto tiene apoyo de (Fondo Ítalo - Ecuatoriano, 2017) FIEDS, cuenta con 39

establecimientos que incluye la vía San Isidro, km4 San Vicente, Manabí Ecuador, esta ruta tiene como propósito convertir esta herramienta para la transformación territorial y social, con el fin de promover, potenciar la economía local.

Para finalizar hablare brevemente de la Ruta Sabores y Saberes, está dividida en dos partes la primera está ubicada en diferentes parroquias como son: San Vicente, Briceño y la Mocora, y la segunda parte en: Canoa, Zapallo, Tabuchila, comprendiendo la ruta agroturística apoyada y constituida por Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí FOCAZNOM, siendo su principal objetivo potenciar, posicionar los productos al mercado, desarrollando experiencias agroturísticas, potenciar el valor a los elementos naturales y culturales que posee.

Diseño Teórico

Problema de investigación

La falta de difusión, y señalética turística de la Ruta Sabores y Saberes, ha impedido la evolución de la misma, siendo que cuenta con el apoyo de FOCAZNOM y MANPANOR como factores claves. ¿Cómo lograr que la ruta sea un producto turístico pionero en el agroturismo, siendo guía para impulsar y gestionar nuevas rutas que ayuden al desarrollo y evolución de las parroquias aportando a sus comunidades?

Objeto

Agroturismo

Campo

Gestión de rutas Turísticas

Objetivo

Analizar la evolución del agroturismo y la gestión de nuevas rutas turísticas Caso: Ruta Sabores y Saberes Cantón San Vicente.

Tareas científicas

- Analizar a través de fuentes primarias y secundarias el diseño de gestión de nuevas rutas agroturísticas.

- Aplicar una metodología cualitativa con utilización de métodos históricos y de observación, optando como herramienta estratégica un FODA y entrevista a quienes conforman la ruta agro turística Sabores y Saberes.
- Proponer herramientas para la creación de señalética turística en la ruta Sabores y Saberes.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. ¿Qué es el turismo?

El turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento temporal de personas a lugares distintos a su lugar de residencia habitual con el objetivo de disfrutar de experiencias de ocio, culturales, educativas, de negocios, entre otras. Esta actividad puede realizarse tanto a nivel nacional como internacional, y es una de las principales industrias en todo el mundo. (Cesuma, 2024)

Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas. Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (Hunziker, W., Krapf, K., 2018)

De acuerdo con lo mencionado anteriormente los distintos autores mencionan que el turismo es una actividad importante y se encuentra en constante evolución, ya que con los cambios ocurridos en los últimos años se puede establecer que ha ocurrido una transformación significativa aportando a los componentes sociales, económicos y ambientales, en varios aspectos tanto positivos como negativos.

1.2. ¿Qué es el agroturismo?

El Agroturismo es una forma de turismo alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios por los que se cobra. Este surge y se vincula a la propia actividad agraria, donde el organizador de la actividad es el propio agricultor y resultan abarcadoras la heterogeneidad y la complejidad del mundo real, sus características medioambientales específicas, proyectos, actores sociales y el acceso a los recursos del campo. Se trata entonces de que los actores implicados pongan en valor las prácticas culturales, reconociendo cada actividad económica y cultural como parte de la forma de vida de una determinada comunidad. (Osorio, R., 2015)

El agroturismo es una actividad que brinda a los productores y comunidades rurales, la oportunidad de vincular el desarrollo agropecuario con el desarrollo de una actividad

recreativa. A través de la prestación de servicios como la gastronomía, alojamiento, paseos guiados, muestra de actividades rurales cotidianas y venta de productos artesanales, provee a los productores de un ingreso que impacta positivamente en su economía. Es considerado una estrategia de desarrollo territorial para la reactivación de las zonas rurales, dando valor y jerarquía a la identidad local y a los procesos productivos, mediante una visión comercial y turística. (INTA, 2017).

Pues bien, el agroturismo siendo una rama importante del turismo, en los últimos años ha crecido notoriamente a nivel mundial, ya que es una forma de turismo sostenible, el mismo que ofrece experiencias únicas, enriquecedoras para los visitantes que a raíz de la pandemia buscan algo más tranquilo, ayudando al entorno rural y a la conservación del medio ambiente.

1.3. ¿Cuál es el potencial de las rutas agroturísticas?

Para estos autores, el potencial de la ruta agroturística puede incluir la participación en actividades agrícolas y pecuarias en la granja, tales como la alimentación de los animales, la siembra y cosecha de los cultivos e incluso el procesamiento de los productos; en muchos casos, los agricultores ofrecen además servicios de alojamiento en la granja. (Barrera E, 2016).

Mientras tanto, el potencial del agroturismo es el turismo en unidades de producción agropecuarias mediante la combinación entre la recreación tradicional y el contacto con las actividades del predio, con el fin de que se conozca el modo de vida rural y las tradiciones campesinas, de tal modo que uno de los principales componentes de la oferta sea el contacto con la unidad de producción agropecuaria, forestal, acuícola y otras formas de producción del mundo rural. De esta manera, el agroturismo contribuye a diversificar los ingresos de la familia, incrementa la conciencia y el conocimiento sobre la producción agropecuaria y provee a los agricultores de un canal de comercialización para sus productos (Bullon D, 2018).

De acuerdo con los criterios de los autores las rutas agroturísticas tienen un potencial significativo en el turismo ya que buscan impulsar la actividad económica del sector, para que por medio de esta actividad logren impulsar el desarrollo de su medio y medios locales con el posicionamiento de esta innovación.

1.4. Actividades agroturísticas

El agroturismo es una actividad socioeconómica, por la comercialización de servicios y productos. Estos existen a partir del aprovechamiento y conservación de los recursos

naturales, culturales y actividades productivas disponibles en áreas rurales. (Gestion de Recursos Naturales, 2022) El 25% de los productores está dispuesto a dar a conocer sus actividades relacionadas con el agroturismo, por la relevancia económica entre actividades productivas y recreativas, las cuales generan ingresos y fomentan la identidad de la comunidad. Además, el 38% está interesado en la innovación de quesos frescos típicos de la región para atraer más visitantes a sus ranchos. Sin embargo, se deben preservar las tradiciones y el patrimonio cultural porque son básicas en el desarrollo local y regional (Duque B, 2018).

Las actividades agroturísticas han sido consideradas por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios, pueden desarrollarse en una finca, haciendas atendiendo a las condiciones topográficas, geográficas, climatológicas y de acuerdo a los recursos disponibles, (Barre E, 2016) menciona varias actividades agroturísticas que se pueden desarrollar.

- Pezca en ríos y estanques. - Es aquella actividad deportiva cuyo objetivo es la recreación y esparcimiento y que, como todo deporte, también necesita el dominio de una o varias técnicas para realizarla, así como de un equipo diseñado especialmente para ello, en donde el objetivo común no es la captura masiva de peces, sino el esfuerzo con el que se consigue uno de éstos, se la puede realizar en estanques o ríos que pasan por la finca o granja.
- Paseos en bote o caballos. - Una manera de trasladarse por senderos previamente diseñados y construidos para utilizar el espacio terrestre puede ser la bicicleta o la carreta tirada por caballos, cuyo paseo hará inconfundible la experiencia de conocer más de cerca el paisaje rural, en tanto que para el espacio acuático se puede hacer uso de botes.
- Interacción con animales de granja. - Esta actividad tiene que ver con la interacción recíproca por parte de los turistas hacia los animales y aves que han sido domesticadas y que previó a una explicación y demostración de quienes estén a cargo de la granja, los niños, jóvenes o adultos pueden realizarlo.
- Observación de procesos agroindustriales. - Esta actividad genera aprendizaje ya que puede ser aplicada en la industria artesanal alimentaria, que se encarga de la transformación de los productos provenientes de la agricultura, ganadería, pesa, riqueza forestal, entre otros, en productos elaborados para el consumo (ejemplo: yogurt, embutidos). Y, por otra parte, la no alimentaria se ocupa de la transformación de las

materias primas usando sus recursos naturales para la realización de diferentes productos.

- Gastronomía típica. - Esta actividad consiste en permitirle degustar al visitante de la comida o bebidas que representa los gustos particulares la región o comunidad, la que tiene ingredientes fácilmente elaborados o cultivados en la región.
- Fotografía rural. - Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes del ambiente rural.
- Talleres de elaboración de conservas. - Actividad en la cual se exponen y se hace partícipes a los visitantes del proceso de la manipulación de los alimentos de tal forma que se evite o ralentice su deterioro (pérdida de calidad, comestibilidad o valores nutricionales).
- Observación de manejo de cultivos. - Es la observación directa del turista con respecto a cultivos (cómo sembrar, cuándo sembrar, tiempos de maduración, época de cosecha, entre otras) y principalmente lo que tiene que ver con la Horticultura, la misma que se “refiere a los cultivos que se producen en huertas y comprende 3 ramas: fruticultura, floricultura y olericultura (hortalizas o verduras)”

Cabe destacar que las actividades que el agroturismo ofrece son oportunidades únicas para conectar con la naturaleza, aprender sobre la producción de alimentos y disfrutar de experiencias auténticas en un entorno rural que en la actualidad el agroturismo está siendo tendencia.

1.5. ¿Qué productos agroturisticos se desarrollan?

El agroturismo no solo ofrece experiencias únicas, sino que también ha dado lugar a una amplia gama de productos turísticos que combinan lo rural con lo experiencial. Ofrece una amplia gama de productos turísticos que permiten a los visitantes sumergirse en la vida rural, aprender sobre las tradiciones agrícolas y disfrutar de experiencias auténticas. Estos productos se adaptan a diferentes intereses y gustos, y se desarrollan en función de los recursos y atractivos de cada región. (Michelli C, 2018)

En el Cantón San Vicente se planteó el desarrollo de una actividad de alto impacto, en conjunto con la Federación de Organizaciones Campesinas de la zona norte de Manabí, con el objetivo de continuar con el proceso denominado “Ruta Sabores y Saberes” anteriormente llamada “Ruta Agroturística Focaznom” que tiene como fin desarrollar el agroturismo y poner en valor

los elementos naturales y culturales del medio que lo rodea, esta provincia destaca en la producción de leche y derivados de una manera artesanal como queso. En el sector agrícola predomina la producción de cacao, seguido por maíz, plátano, yuca y cítricos (mandarina, limón, naranja) (Ministerio de Turismo, 2021)

Cacao: El cacao tiene gran representatividad de cultivo en el cantón, para finales del 2022 se presentó la propuesta para un Parque Mundial de Cacao y se encuentra en planes de pre factibilidad para la búsqueda de inversionistas (Agroecuador, 2022), en búsqueda de la revalorización del cacao mediante la puesta en valor del producto a través del turismo. Como antecedente a lo mencionado, se encuentra en funcionamiento se cuenta con el Circuito del Cacao donde participan varios cantones, consiste en la visita de turistas a fincas y centros de acopio.

Cítricos: Los cítricos, más que un producto de alta producción agrícola dentro del cantón, es un representante de la cultura Manabita, pero de alto consumo tanto dentro del cantón como en el país, siendo los principales productos la naranja y mandarina. Sin embargo, pese a su valor cultural, su desarrollo turístico no se ha hecho evidente, pues solo existe un festival de la mandarina como iniciativa turística dentro de los planes turísticos y en producción solo existe una industria comercializadora de cítricos.

Queso: El queso manaba de prestigio nacional debido a sus texturas, sabores y calidad se ha consolidado como parte de la identidad gastronómica; sin embargo, el estudio de su aplicación gastronómica evidenció que la fabricación del mismo no ha cambiado ni su estandarización, ya que sigue siendo utilizado solo para platillos tradicionales como bolones, empanadas y tostadas, entre otros, ni sus procesos, en el estudio del turismo rural en el cantón, descubrieron que la elaboración del queso es uno de los productos con identidad territorial (PIT) potenciabile; pese a lo mencionado, el desarrollo agroturístico del queso aún no vislumbra gestión alguna, pues a más de participar en la feria del queso a nivel nacional no se encuentra en ningún otro plan turístico.

En la ruta y a nivel provincial podemos decir que, gracias a la ubicación geográfica, clima, y donde se encuentran son privilegiados para la producción de varios productos valga la redundancia, como por ejemplo los cítricos, el caco, plátano verde y no dejemos atrás los productos que se extraen de las costas, también la leche que se extrae de las vacas y de ahí sus

derivados como son el queso, requesón etc. Estos diferentes productos que realizan dan ese plus de la experiencia.

1.6. Desarrollo de la ruta agroturística

La definición de la ruta, conlleva tener en cuenta su clasificación en: históricas, geográficas, gastronómicas, arquitectónicas, culturales, étnicas, religiosas, entre otras; además de tener en cuenta aspectos como: las características de la zona, el estado del patrimonio, así como una revisión bibliográfica con el fin de determinar las peculiaridades de la zona que la hacen diferenciarse y que pudieran ser de interés para el público objetivo. La realización del inventario de atractivos turísticos trae consigo en un primer momento la identificación de los atractivos naturales y de bienes culturales que se quieren potenciar en la zona, teniendo en cuenta para ello tanto una revisión documental, así como la realización de entrevista. Posteriormente, la identificación de los servicios que se ofertan en el destino determinando cuáles son los que se pueden ofertar en la ruta para complementar (alimentación, el tipo de transporte, servicios, etc.), basados en la experiencia teniendo en cuenta el criterio de especialistas implicados, así como, la observación directa. (SciELO, 2021)

La metodología planteada por (Peralta, 2021) propuso desarrollar una ruta turística en Jalpan de Sera a partir de la articulación de sus recursos territoriales para aportar a la diversificación de la oferta turística territorial empleando cuatro fases. Se inició con la elaboración de un diagnóstico territorial mediante revisión documental, trabajo de campo y entrevistas. La segunda fase pudo definir la canasta básica de bienes y servicios del territorio a través de los recursos territoriales. Como tercera fase, se elaboraron estrategias en conjunto con los actores participantes de la ruta agroturística mediante la participación de estos en la elaboración del análisis FODA del territorio y en última instancia, se definieron las características de la ruta y los canales de promoción y comercialización a utilizarse.

De acuerdo con los dos autores antes mencionados, podemos decir que para el desarrollo de la ruta implica un proceso de investigación, análisis y planificación que busca aprovechar los recursos del territorio para ofrecer una experiencia única al turista. Se deben considerar tanto los aspectos culturales y naturales del destino, como las necesidades y expectativas de los visitantes, también es importante mencionar que con el levantamiento de información se debe realizar del diseño de la señalética para que la ruta se encuentre diferenciada, sin olvidarnos de los aspectos, características y productos que ofrece.

1.7. Promoción y difusión

La promoción de la actividad turística contribuye a mejorar la calidad de vida de los pobladores de una región o nación, se entiende como las actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición (Castillo M; Castaño V, 2015). En pleno siglo XXI, era de la tecnología, se necesita hacer uso de una serie de estrategias y de herramientas tecnológicas, para promocionar los recursos turísticos, de esa manera persuadir a los consumidores-turistas a adquirir bienes y servicios, y con ello generar empleos directos e indirectos, que mejoren la calidad de vida de los involucrados en la actividad turística.

La promoción y difusión es un elemento básico de la combinación de marketing y adquiere en el marketing turístico una mayor relevancia, debido a que el producto que se comercializará está constituido por una serie de prestaciones, la mayoría de las cuales son intangibles. En efecto, la percepción, es decir la imagen mental, que puedan tener los turistas sobre un determinado lugar, puede afectar fuertemente la atractividad de éste como destino turístico, e influir en los resultados de las acciones que se realicen en la captación de los visitantes (Acerenza M, 2015).

De acuerdo con los autores la promoción y difusión de las rutas turísticas es un proceso que se lleva el cual tiene como fin crear una imagen positiva de un destino, generar demanda es decir variedad de servicios y, en última instancia, contribuir al desarrollo económico y social de una región. Es decir, es la combinación de estrategias de marketing tradicionales y digitales para lograr el objetivo.

1.8. ¿Qué son las Rutas turísticas?

La real academia de la lengua sostiene que el concepto ruta deriva del latín ruta y luego del francés route (camino), que significa recorrido, dirección, camino o itinerario que se toma para un viaje. Como nos podemos dar cuenta una ruta es un camino, sendero, que se diseña para arribar a un destino, siguiendo un itinerario planificado y secuencial en un tiempo determinado. Es preciso indicar, que se ha desarrollado para convertirse en un instrumento efectivo en la utilización de los recursos naturales y culturales de una localidad, además de ser un impulso para el desarrollo socioeconómico (Ibarra J; Valverde M, 2017). Definen las rutas turísticas como la “creación de un clúster de actividades y atracciones” que motivan la colaboración entre distintas áreas y que sirven de transporte para incentivar el dinamismo económico a través del turismo. Así mismo, (Salazar D, 2017) argumenta que forman parte de una alternativa que aporta al desarrollo sostenible jurisdiccional enmarcadas dentro de estrategias de evolución

económica, suscitando una percepción holística del patrimonio natural y cultural referido a lo sostenible de los recursos locales. En este sentido, las rutas turísticas son indispensables en las áreas geográficas para resaltar la identidad tangible e intangible de cada cultura, ya que son poseedoras de características propias para fomentar el turismo, y mostrar al mundo los productos innatos de un pueblo; como su artesanía, danza, gastronomía.

Las rutas turísticas son consideradas productos turísticos que están basadas en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevarán a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico. (Rodríguez M, 2017).

La ruta turística hace referencia a un camino o itinerario diseñado para llevar a un destino específico, siguiendo una secuencia planificada y dentro de un tiempo determinado, en donde incluyen elementos que los hacen únicos como los atractivos naturales, los servicios turísticos de alojamiento, alimentación, transporte lo que lleva a ser una ruta con experiencias únicas que enriquecen la visita y lo denominan único.

1.9. Tipos de rutas turísticas

El desarrollo de rutas (Gonzalez J, 2019) se puede presentar en diversas formas, como pueden ser: tours, productos, rutas u otros; las rutas, específicamente, consisten en la puesta en valor de un producto agrícola o ganadero que represente la producción del territorio, la misma trabaja con actividades durante los recorridos que muestran los procesos de elaboración o producción de un producto, que relacionado con la agroindustria puede culminar en la cata del mismo, otra de las características de las rutas agroturísticas es que se desarrollan en espacios rurales, y también pueden dividirse en distintas tipologías, como:

- Ruta turística a pie: Son aquellas cuyos recorridos se realizan a pie. Es una actividad similar al senderismo.
- Ruta turística en animales: Alude a los desplazamientos en animales, como caballos, burros, asnos, camellos, etc.
- Rutas turísticas sobre el agua: Se llevan a cabo generalmente en ríos, lagos y lagunas, utilizando botes, yates, lanchas, canoas y barcos parecidos.
- Rutas turísticas aéreas: Viajes en globos aerostáticos, helicópteros y teleféricos.
- Rutas turísticas terrestres: Incluye automóviles turísticos y trenes.
- Rutas temáticas: entorno a productos que identifiquen a una zona específica
- Rutas por productos: son de conocimiento en torno a un producto

- **Rutas físicas:** donde se involucra activamente en la producción

Sin embargo, (Rojas D, 2019) menciona que el diseño de rutas agroturísticas si bien busca presentar una propuesta de valor con los productos agropecuarios con los que cuenta el territorio, debe trabajar en base a metodologías que faciliten su desarrollo. Mientras que se establece que la agroindustria, se debe relacionar con la gastronomía en sus diseños de rutas, principalmente porque representan el origen del pueblo a través de sus formas de producción y sus formas de consumo, es decir, un acercamiento más profundo a las raíces estructurales de las zonas rurales, quienes son de aporte económico.

1.10. Importancia de las rutas turísticas

Desde el punto de vista conceptual, entendemos por ruta turística el recorrido a través de un territorio determinado, con el fin de admirar, disfrutar y valorar, el legado cultural, las bellezas naturales, así como la interacción establecida entre grupos sociales que habitan el mismo territorio.

Siendo la ruta un camino hacia fines diversos, la ruta turística es también un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, rememorar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y deseosos de admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio. En este último caso, se habla de rutas culturales.

El objetivo de la ruta turística es determinar los puntos de llegada de los visitantes. Estos puntos hacen necesaria una infraestructura básica, la cual puede ir de pequeños establecimientos de expendio de comidas o abastecedores con baterías sanitarias abiertas al público, hasta restaurantes, hoteles y centros turísticos. La oferta de servicios se convierte en una importante fuente de recursos económicos.

En concreto, se trata de un recorrido establecido para incentivar al turista a visitar el mayor número de sitios de interés. En las rutas turísticas no sólo se disfruta de los destinos fijados, sino del recorrido entre un lugar y otro. (OSA)

Realmente las rutas turísticas son una herramienta importante para promover el turismo en un determinado lugar, ofreciendo a los visitantes una experiencia completa y satisfactoria. Al conectar diferentes puntos de interés y proporcionar los servicios necesarios, las rutas turísticas contribuyen al desarrollo económico local y a la preservación del patrimonio cultural y natural.

1.11. Elementos y características de la ruta turística

Para que una ruta turística sea efectiva y atractiva, debe incluir varios elementos clave que aseguren una experiencia enriquecedora para los visitantes. (CEUPE, 2024)

- Turistas. - es un visitante temporal que permanece más de 24 horas en la zona (región, país) visitada y cuyos fines de viaje pueden definirse como de ocio, recreativos, vacacionales, educativos, religiosos y deportivos, así como de negocios y de placer.
- Itinerarios turísticos. - En su forma más simple, es un plan detallado que describe los eventos, actividades y lugares incluidos en un recorrido. Sirve como una hoja de ruta para todo el viaje y proporciona una guía paso a paso para los visitantes. Los itinerarios de los recorridos suelen incluir información como fechas y horarios.
- Camino. - Es una carretera que se promociona bajo un nombre en particular que tenga algún sentido histórico, cultural, étnico o religioso, como el Camino de Santiago, en la cual se brinda información adecuada para los turistas.
- Puntos de llegada. - Son los atractivos turísticos.

La característica de una ruta turística ofrece una experiencia enriquecedora, educativa y placentera para los visitantes, mientras fomenta el desarrollo sostenible y el beneficio económico de las comunidades locales. (CEUPE, 2024)

- Selección de la región o zona objeto de estudio.
- Recolección de información
- Nombre de la ruta
- Medios de transporte
- Descripción de actividades
- Tiempo y duración del recorrido
- Itinerario de la ruta.

Diversos autores coinciden que los elementos y características que tiene las rutas son herramientas claves para poder desarrollar, fomentar, preservar y promover el desenvolvimiento de la ruta, ya que es una forma de conectar a los turistas con los lugares y las personas, ofreciendo experiencias únicas y auténticas.

1.12. ¿Cómo se diseñan las rutas turísticas?

El diseño de una ruta turística debe concebirse como el diseño de un producto turístico en sí o de varios productos turísticos concatenados de forma amena, con calidad y accesibilidad para

el turista. La ruta puede conjugar uno o varios productos turísticos, es por ello que requiere mayor nivel de alcance, y de conjugar la acción de todos los agentes y gestores del turismo que congrega el tema, en términos cualitativos (mayormente culturales) o físicos (geográficos) y operativos. (Puig A, 2016)

Para diseñar un producto o una ruta temática que sea acorde al turismo de intereses especializados es preciso:

- Conocer los tipos de turismo que se pueden desarrollar (las opciones y tipologías que engloba esta oferta).
- Analizar las necesidades y tendencias de la demanda, así como los mercados emisores de turismo.
- Detectar las oportunidades y avances que presenta la propia oferta turística.

Para el diseño de una ruta turística es necesario seguir una serie de pasos que indica de manera (Barrios L, 2016)

- Aspectos generales de una ruta: El primer paso para la creación de una ruta turística es la definición del espacio o lugares por donde pasara.
- Identificación de recurso turísticos: Es necesario seleccionar los recursos o atractivos relevantes que se encuentran sobre el territorio que sobre el que se va a trabajar.
- Definición del recorrido: Unir en secuencia todos los recursos o atractivos que se identificó previamente, tomando en cuenta la red vial y los puntos de inicio y finalización.
- Recopilación de información y reconocimiento: Se debe recolectar la mayor cantidad de información sobre los atractivos o recursos, además de datos sobre el estado de la infraestructura y planta turística.

Medición de tiempos y facilidades turística: Para la planificación y coordinación de las actividades y visitas que se presentan en la ruta es necesario conocer el tiempo que toma el traslado y la realización de las acciones. Para esto, es necesario efectuar una prueba piloto que mida todas estas consideraciones. Dentro de la prueba piloto se podrá verificar el estado de las vías y los accesos e identificar los servicios turísticos que requieren los participantes.

Podemos mencionar que el diseño de una ruta es un proceso que implica una exhaustiva planificación y debe ser cuidadosa en diferentes factores o aspectos para garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes, los autores coinciden con esta información

mencionando además que si los pasos a seguir de acuerdo a la planificación, para el diseño de la ruta tendrán un desarrollo unico que contribuirá a la localidad.

1.13. ¿Cómo es el posicionamiento de las rutas?

El posicionamiento es un sistema organizado que se basa en el concepto de que la comunicación sólo puede tener lugar en el tiempo adecuado y bajo las circunstancias propicias. Mientras que (Reid R; Bojanic D, 2016) definen posicionamiento como el proceso de determinar cómo diferenciar los productos ofrecidos por una compañía de aquellos ofrecidos por sus competidores en la mente del consumidor. Por otro lado, señalan que el posicionamiento es el lugar mental que ocupa la concepción del producto y su imagen cuando se compara con el resto de los productos o marcas competidoras, además indica lo que los consumidores piensan sobre las marcas y productos que existen en el mercado.

Con base en las definiciones anteriores, podemos decir que el posicionamiento es un producto que ocupa la mente del consumidor, influyendo directamente en su decisión de compra. En el turismo, básicamente es lo mismo esta percepción determina si un destino es elegido por encima de otros, dependiendo las necesidades, características y diferencias que se esté buscando.

1.14. ¿Cómo es la interrelación entre la ruta y las comunidades?

La interrelación entre las rutas turísticas y las comunidades locales es fundamental para el desarrollo sostenible y el éxito en cualquier región, ya que se manifiestan varios aspectos clave que benefician tanto a los visitantes como a las comunidades anfitrionas, podemos decir que, en relación con la oferta, las rutas turísticas se plantean como un conjunto articulado de recursos y atractivos que ofrece un lugar, con el fin de propiciar el desplazamiento de flujos turísticos (Garduño A, 2017). En concordancia, la creación de las mismas puede permitir la reactivación de las economías locales al constituirse como actividad económica que no requiere grandes inversiones, sino en pensar como constituir atractivos para el turista, por medio de la configuración de productos turísticos con apoyo de las comunidades locales. De acuerdo con lo que mencionan los autores la interrelación de una ruta turística con las comunidades es importante ya que son ellos los que nos brindan el apoyo en cuanto alguna vivencia o recuerdo de los antepasados, que en este tiempo es una experiencia única y causa curiosidad al conocer más sobre la historia es ese valor agregado que las comunidades brinda y también aportan con

artesanías y comida típica entonces es un trabajo en conjunto que se realiza y eso hace que la ruta se desarrolla de una mejor manera.

CAPÍTULO II

2. Diseño Metodológico

El término diseño metodológico, se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Creswell, 2013; Hernández - Sampieri, 2013).

Para realizar este proyecto, definimos que la investigación es tipo cualitativa, utilicé la propuesta metodológica que es de tipo histórico y de observación. Las herramientas o instrumentos de aplicación son el FODA y entrevista a quienes conforman la ruta agroturística por medio de una muestra aleatoria simple, para analizar la evolución de la misma.

2.1. Metodología

La metodología es un conjunto de métodos que se utilizaron para llevar a cabo esta investigación de tipo cualitativa, utilizando el FODA que es una herramienta necesaria para analizar cada uno de los factores del medio que se está desarrollando la ruta y la entrevista como instrumento para recabar la información pertinente, la misma que constaba de 5 preguntas, se desarrolló a personas cercanas a la ruta por medio de muestra aleatoria simple.

2.1.1. Histórico: El método histórico comienza cuando se pretende entender algún hecho, desarrollo o experiencia del pasado, de tal modo que el investigador debe considerar la naturaleza y los alcances de la interrogante cuya respuesta desea hallar. Después de tener una noción general intenta aislar cada uno de los elementos fundamentales que suscitan la incertidumbre, para entonces formular un enunciado simple, claro y completo. Antes de continuar verifica si el problema puede resolverse mediante métodos de indagación y las fuentes de datos disponibles.

El método histórico es una herramienta que nos ayudara a investigar, describir, descubrir los sucesos o evolución de la ruta, es decir sus cambios o procesos que han vivido, enfocándose en la constante transformación e innovación y así poder desarrollar planes estratégicos futuros para un mejor desempeño.

2.1.2. Observación: El método de observación busca en principio ampliar la acción coordinada del proceso perceptual. Para ello explora el esclarecimiento y desarrollo de la “conciencia sensible”, es decir que el individuo tome conciencia del acto sensible y de sus consecuencias en la determinación de su idea del mundo, a través del acto mismo

de percibir “el mundo”, que en el rigor de lo perceptual se encuentra construido de luz, forma y espacio. En esa visión podemos inferir que cualquier percepción es una particular e intrínseca relación entre la luz, la forma y el espacio las consecuencias interpretativas, sus significaciones y conceptualizaciones son ocurrencias posteriores en el plano subjetivo del individuo. (Pérez R, 2017)

2.2 Población

El termino población se refiere a un conjunto completo de individuos, una nación o grupo de personas u objetos que comparten características similares o comunes. Incluye a todo el grupo bien definido sobre el que cualquier investigación quiere extraer conclusiones. (QuestionPro, 2023)

Para el estudio poblacional se ha tomado en consideración el número de habitantes del Cantón San Vicente, siendo de 24.997 que comprende entre parroquias urbanas y rurales, tomando en cuenta la ubicación de las fincas las mismas que comprenden la ruta Sabores y Saberes Cantón San Vicente.

2.3.Muestra

El termino muestra se refiere a una parte de la población o sub conjunto, que se selecciona y de la cual se van a obtener realmente los datos para el desarrollo de la investigación, se refiere específicamente a la población accesible. (Arias, 2016), por lo tanto, la muestra es una parte seleccionada de la población, la misma que nos ayudó a obtener información y realizar la valoración necesaria, en la que destacaran aspectos o características importantes para nuestro análisis cualitativo.

Muestra: 378 habitantes.

2.3.1. Muestra aleatoria simple

Desde un punto de vista matemático, el muestreo aleatorio simple se realiza suponiendo que la población tiene infinitos elementos. En la práctica, suele ocurrir que las poblaciones a considerar tienen un número muy grande de elementos, con lo cual puede equipararse a una situación con infinitos elementos. (Bookdown.org, 2019).

En este proyecto de investigación se tomó una muestra aleatoria simple ya que este tipo de muestreo es fundamental para generalizar los resultados cualitativos de nuestro proyecto, la aleatoriedad es una selección que garantiza que la muestra sea representativa y aumente la confiabilidad de los resultados, se tomara en cuenta a las personas que se encuentran

especialmente en la ruta para su análisis correspondiente. Muestra aleatoria simple: 5 habitantes.

2.4.Herramientas

2.4.1. Entrevista: La entrevista, se define como un recurso que el investigador tiene a su alcance para recabar información por medio de preguntas que se plantean en forma directa, esto es personalmente y en forma oral, a cada uno de los sujetos de la muestra seleccionada. (Arias, 2016)

Esta herramienta importante nos ayuda a obtener información detallada y entender profundamente las perspectivas y experiencias de los entrevistados de una manera profunda, flexible y clara, para ello tenemos estas fichas de información.

FINCA TIERRA BENDITA	PROPIETARIO: Sra. Glynis Guadamud
Ubicación: Comunidad Santa	Extensión: 22has
<p>Antecedente- La Sra. Glynis Guadamud propietaria de la finca Tierra Bendita se integró a la asociación FOCAZNOM con la necesidad de comercializar sus productos de una mejor manera, obteniendo beneficios como socio lo que le ha permitido poder mejorar su calidad de vida gracias al apoyo.</p> <p>Recursos de interés. – Casa principal de estilo vernácula con un jardín amplio de plantas ornamentales y también medicinales ubicada a pocos metros de la entrada a la finca; comedor y patio ubicado al frente de la casa donde se puede apreciar una variedad de artesanías como hamacas tejidas con cañas, bancos elaborados con troncos de árboles, un horno de leña grande, adornos y arreglos que llaman la atención por su singularidad. Caminos que conducen por el bosque, también llamados trillos donde se puede encontrar diversidad de plantas y algunos animales silvestres, cuenta con un clima tropical favorable para la realización de actividades de caminata, en la zona alta se encuentra ubicada una tarabita. Árbol de Matapalo con más de cien años de antigüedad que representa uno de los recursos más importante debido a ayuda a filtrar por medio de sus raíces el agua de un pozo que abastece a la finca. Otro recurso importante que posee Tierra Bendita es su patrimonio cultural inmaterial que se refleja a través de los mitos, leyendas y también costumbres que envuelven su historia.</p> <p>ACTIVIDAD COMERCIAL Agrícola: Las actividades agrícolas que se realizan dentro del tierra bendita son la comercialización del ají procesado en diferentes presentaciones, también se realiza comercialización de productos que son cosechados en ciertas temporadas como el maíz y la yuca. Ganadera: Cuenta con aproximadamente 5 vacas de las cuales extraen la leche para la elaboración de queso mismo que es comercializado y utilizado para el consumo diario. Servicios: Ofrecen el servicio de camping que incluye alimentación y otras actividades dentro de la finca para un total de 15 personas.</p>	

FINCA La Florecita.	PROPIETARIA: Sra. María Josefa Pin Cedeño.
Ubicación: Vía San Isidro en la entrada a San Miguel de Briceño sitio La Mocora.	Extensión: 3has
<p>ANTECEDENTE. - La Sra. María Josefa Pin (propietaria) comenta que después del terremoto, un grupo de personas se organizaron para dar comienzo con los emprendimientos en proyecto obtenidos beneficios a través de proyectos los cuales generan economía a través de agroecología preservación del medio ambiente. En el inicio con la venta de vinos artesanal y mermeladas de diferentes frutas que son: Ovo, Naranja, Toronja, Grosella, limón mandarina esa manera se fue integrando a la federación. Entre los beneficios que ha recibido son capacitaciones, charlas, ingresos económicos, promoción y demanda de los productos que produce la finca, préstamos y participación en ferias. De hacer publicidad, haciéndolo más atractivo para el turista le llame la atención de su producto.</p> <p>RECURSOS DE INTERÉS. - El potencial de la propiedad tiene condición viable para la observación paisaje propia de la en su flora y fauna endémica zona .Además se puede realizar un recorrido corto por el estero de agua dulce que conecta con la naturaleza, con árboles Propia de zona especies de árbol de Mocora, Mata Palo 50 año tiene, Moringa Bambú, Bijao y donde se puede visualizar Monos, Ardilla, Guatuso y aves Talcán de Campo, Paloma Santa Cruz. Realizar actividades de siembra de Sacha Inchi . También ofrece descanso, observación de paisaje zona.</p>	

FINCA ECO HORIZONTE	PROPIETARIO: Sra. Yadira Andrade
Ubicación: Tabuchila	Extensión: 4 has
<p>Antecedente- La Sra. Yadira Andrade (propietaria) comenta que se integró a la Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí (FOCAZMOM) hace algunos años iniciando en una lucha con el fin de hacer frente en protestas para el cuidado y preservación del medio ambiente el cual es uno de los principales objetivos de la organización, allí empezó a ser participe de diferentes actividades que se llevaban a cabo por parte de la Federación, al ser un requisito para integrarse a la organización contar con una finca disponible para la producción de alimentos y diferentes productos agrícolas.</p> <p>Recursos de interés. - Cuenta con productos arqueológicos como tolas y albarradas, donde se han encontrado restos arqueológicos de las diferentes culturas precolombinas, como las cultura Valdivia y Jama Coaque, las mismas han sido excavadas en años pasados donde se encontraron restos humanos, muñecos de oro, barro, entre otros objetos. Se expone que la única tola que no ha sido intervenida por la mano del hombre a modo de excavación se encuentra debajo de la casa de los propietarios de la finca. También posee recursos para ofertar actividades turísticas como camping, senderismo, avistamiento de aves, paisajismo y arqueología. A su vez puede ofrecer actividades mediante la meditación y sanación a través de plantas medicinales.</p> <p>ACTIVIDAD COMERCIAL Agrícola: Entre sus principales sembríos se encuentran cacao nativo, limón, cereza, pechiche y una variedad de plantas medicinales como verdolaga francesa, escoba de monte la cual se utiliza en infusión para aliviar el dolor de muelas, para trastornos digestivos y para baños después del parto. Planta conocida como Chivo, esta es utilizada en el tratamiento del reumatismo crónico y las enfermedades sifilíticas. Ganadera: No cuenta con producción ganadera. Servicios: Ofrecen el servicio de camping que incluye alimentación y otras actividades dentro de la finca para un total de 15 personas.</p>	

2.4.2. FODA: La definición de FODA expuesta por Kotler, es una forma de lograr una planeación estratégica llevando a cabo un análisis FODA (SWOT, por sus siglas en inglés), el cual brinda a las empresas información que puede servir para la toma de decisiones. El análisis FODA es una lista de las fortalezas y debilidades de una organización analizando sus recursos y capacidades, así como una lista de las amenazas y oportunidades que se identifica con el análisis de su entorno. (Barragán J; Gonzalez E, 2020)

Esta herramienta permitirá una toma de decisión clara y estructurada, priorizando acciones y estrategias basadas en la situación actual, fomentando oportunidades innovadoras que se adapten al cambio del entorno.

Tabla 1 Elaborado por Ing. Fernanda Navas 2021

FORTALEZA	DEBILIDADES
Ubicación geográfica privilegiada, línea de costa importante.	Falta de un diagnóstico territorial interdisciplinario.
Existencia de recursos turísticos naturales.	Falta de gestión y poco aprovechamiento sobre los recursos turísticos naturales.
Riqueza natural escénica, paisajística, vegetativa y faunística.	Carencia de recursos culturales arqueológicos.
Población hospitalaria.	Contaminación ambiental en playas.
Zona pesquera	Falta de educación y cultura en la población.
Gobernanza Autónoma estatal.	Falta de control y seguridad.
Planta Hotelera y de restaurantes.	Falta de identidad cultural.
Gastronomía variada.	Limitada capacidad de gestión del Organismo Gubernamental.
Facilidad vial de acceso	Informalidad en los servicios turísticos.
Actividad comercial ganadera, agrícola y turismo.	Carencia de señalización vial y señalética turística.
Conexión interprovincial.	Falta de compromiso en la comunidad.
	Poca representatividad de los gremios y asociaciones sociales en sus diferentes ámbitos.
	Carencia de imagen del destino.
	Falta de promoción e información turística.
	Servicios básicos limitados.

OPORTUNIDADES

Diseño y propuesta del Plan de Manejo Turístico Integral y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales.

Desarrollo de actividades vivenciales con relación a la pesca y agricultura.

Fomento a través de programas y proyectos de protección y revalorización de la biodiversidad y cultura ancestral, vinculados a la conservación.

Promulgación de los programas de incentivos comunales, a través de las diferentes entidades gubernamentales.

Desarrollo y posicionamiento turístico del territorio: diseño de productos, rutas, circuitos y marca.

Generación de actividades turísticas y servicios, impulsando fuentes de empleo.

Desarrollo de la zonificación turística espacial para identificación de propuestas potenciales a mediano plazo.

Oferta de eventos tradicionales y culturales propios de la zona.

Capacitación continua para la mejora de conocimientos de sociedad civil en general.

Incremento del presupuesto POA para la ejecución de proyectos reales.

AMENAZAS

Desastres naturales, terremotos, tsunamis, inundaciones, incendios.

Desplazamientos de mercados nacionales por baja calidad de servicios e inexistencia de mercados internacionales.

Avance de cantones vecinos en la industria turística.

Impacto ambiental a causa de la contaminación por descarga de aguas y desechos sólidos.

Vulnerabilidad y pérdida de los ecosistemas a causa del cambio climático.

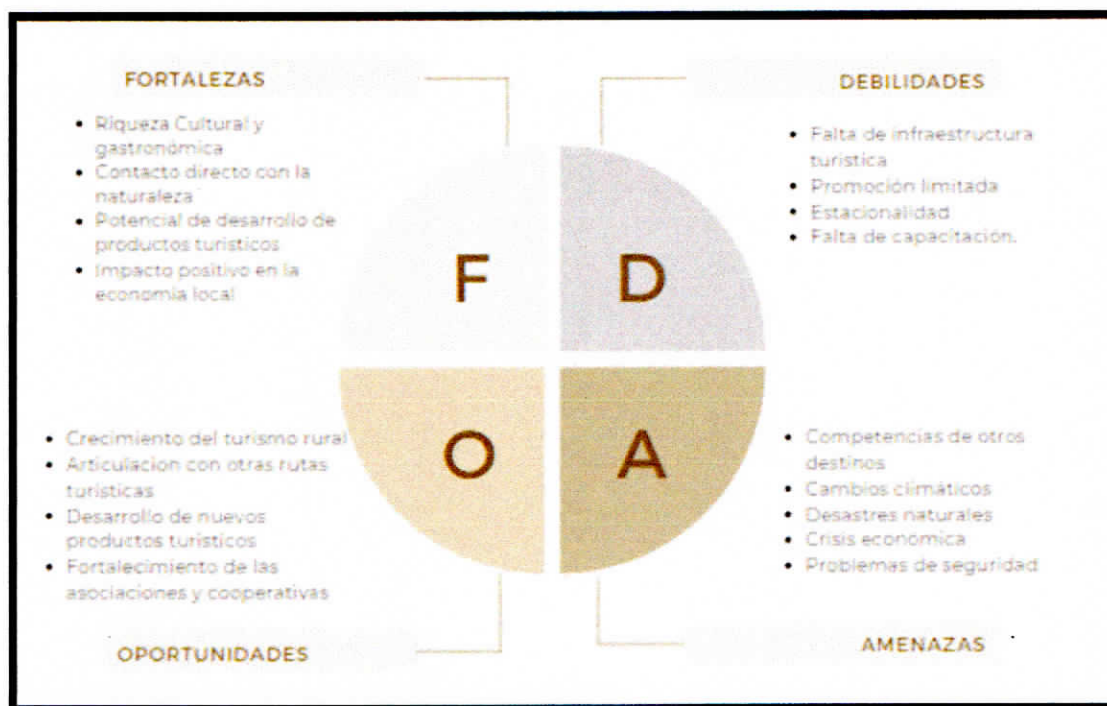
Pérdida de la diversidad marina a causa de los pescadores.

Deterioro de los paisajes por falta de ordenamiento territorial.

Incremento de la pobreza.

Incremento de la delincuencia.

Ilustración 1 Elaborado por Daysi Gordon 2024



El FODA es una herramienta en la que nos ayuda a identificar los futuros problemas, inconvenientes que se están suscitando, pero también nos ayuda a ver y crear estrategias para poder enfrentarlas, es un análisis interno que nos permitirá apreciar cuatro aspectos importantes de un proyecto empresa o actividad que estemos realizando, con esta herramienta tendremos la capacidad de desarrollar nuevas ideas o tendencias para solucionar inconvenientes.

2.5. Interpretación de las entrevistas

En el siguiente listado, constan los nombres de las personas entrevistadas, que conforman la ruta, entre ellos están propietarios de las fincas, tiene por objetivo recabar información necesaria e importante para analizar la evolución, ya que en el turismo se mide el desarrollo que ha tenido la ruta mediante el proceso de evolución de la misma.

<p>Nombres de los entrevistados</p>	<p>Isabel Posligua – San Vicente Glynis Guadamud – Comunidad Santa Rosa William Macías - Briceño Leslie Delgado - Canoa Yadira Andrade - Tabuchila</p>
--	--

Pregunta 1

¿Cómo describiría la evolución de la ruta agroturística sabores y saberes en esta región durante los últimos años?

Realizando el análisis general de las personas entrevistadas podemos mencionar que existe un amplio criterio hay personas que mencionaron que no existe ningún cambio positivo en cuanto a la ruta puesto que se ha encontrado estancada por el sin número de situaciones, comentaron que algunas fincas ya no están operativas por muchos motivos entre algunos de esos personales y financieros, mientras que existen situaciones en las que la infraestructura y los servicios de otras fincas aún no están 100% operativas es decir con las adecuaciones que se tenía previsto, y eso lleva tiempo, pero eso no ha impedido para que presten los servicios y atractivos naturales que posee cada finca, tenemos conocimiento que la ruta arranco a partir de un año atrás más o menos ya que se está desarrollando ferias, siendo esto de gran acogida en el cantón levantando interés en los turistas los últimos meses a pesar de la situación crítica que está atravesando el país en cuanto a la seguridad y energía eléctrica.

Pregunta 2

¿Qué factores considera usted que han sido claves para el inicio de este proyecto ruta sabores y saberes?

Los entrevistados concuerdan en que aspectos claves para el crecimiento de la ruta agroturística fue el apoyo de las ONG, la capacitación técnica de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí fue esencial ya que algunos trabajos que se realizaron con estudiantes les permitió desarrollar habilidades y conocer como por medio del turismo pueden ellos proyectarse de mejor manera para que puedan generar ingresos y crear servicios como la gastronomía, además de fomentar empleo y el desarrollo de negocios locales sostenibles, mencionan también que la falta de promoción y gestión de la ruta, ha

impedido que esta se siga desarrollándose de la mejor manera puesto que aún no se sienten preparados, para arrancar por si solos es decir desconocen algunas cosas en cuanto al agroturismo, por lo tanto no han tenido un crecimiento como tal, en este momento se están reorganizando y adecuando para cumplir con los requerimientos personales en cuanto a infraestructura.

Pregunta 3

¿Considera que la ruta podría generar un impacto en la conservación del entorno natural y cultural de la zona rural manabita?

Las entrevistados concuerdan con que la ruta sabores y saberes tiene el potencial de convertirse en un motor de desarrollo sostenible, contribuyendo a la conservación del entorno natural y la preservación de la cultura local. Sin embargo, es fundamental adoptar medidas para mitigar los impactos negativos y garantizar que los beneficios del turismo se distribuyan de manera equitativa entre todos los actores involucrados, se registran muchos cambios algunos no se distinguen mucho, en cuanto al cuidado, respeto, mantener el entorno natural se ha notado gran aporte de la comunidad es decir un impacto favorable por parte de las personas que conforman la ruta y la localidad todos tienen en cuenta los cambios y la posible problemática que se viene debido al cambio climático, por ende se deben tomar cambios desde este momento para poder precautelar el entorno natural y cultural que tiene la ruta ya que es su mayor atractivo, esto ayuda a generar un impacto significativo en la economía de las comunidades rurales, transformando la forma en que interactúan mencionan que se ha fortalecido la integración social con algunas organizaciones gracias al turismo, obteniendo desarrollo

	<p>gastronómico, siendo fuente de la economía circular, que se ha venido desarrollando favorablemente gracias a los proyectos y visitantes nacionales y extranjeros.</p>
<p>Pregunta 4 ¿Cuáles han sido los mayores desafíos al desarrollar nuevas rutas turísticas vinculadas al agroturismo?</p>	<p>Los entrevistados están de acuerdo que la ruta sabores y saberes ha tenido que enfrentar varios desafíos comenzando por la accesibilidad, seguridad, cambio climático, estos desafíos siendo los principales que han afectado de manera directa, requiere de un enfoque integral que involucre a todos desde los productores locales hasta las instituciones gubernamentales y las empresas turísticas. Por ello es fundamental trabajar en conjunto para desarrollar estrategias a largo plazo que permitan aprovechar el potencial del agroturismo y contribuir al desarrollo de las comunidades, mencionan los entrevistados que gracias a la ayuda de la universidad quienes han aportado parte del conocimiento han desarrollado un proceso de planificación y ejecución que con ayuda de HEIFER (ONG) han logrado conseguir fondos para restaurar una parte de sus finca y poder brindar un buen servicio a pesar de los desafíos que se vayan presentando, es importante involucrar a las comunidades son quienes aportaran beneficios de manera continua además de generar ingresos los mismos que serán distribuidos de manera equitativa, mencionan los entrevistados que es un apoyo para la ruta contar con personas de la comunidad ya que trabajan en conjunto para el desarrollo en general.</p>
<p>Pregunta 5</p>	<p>Los entrevistados mencionan que la integración de prácticas sostenible en las</p>

¿Considera que al desarrollar la ruta se crearan practicas sostenibles a largo plazo?

rutas turísticas deberían ser fundamentales para garantizar el desarrollo turístico, que este sea respetuoso con el medio ambiente y con las comunidades locales, la Señora Glynis mencionan que existen procesos en algunas fincas que si realizan la recolección de desechos, minimización de basura, implementación de compost de las aves siendo utilizado en sus cultivos para mejorar su producción, mencionan que mediante prácticas medio ambientales están desarrollando nuevas estrategias que les ayude a reducir químicos para que los productos sean mucho más naturales, también han comentado que no desperdician el agua del pozo sino que ahora utilizan de una manera más responsable y adecuada para que logre abastecer por mucho más tiempo y no desperdiciarla, además que la ruta se perfila como una de las tendencias más prometedoras en el sector turístico en los próximos años, gracias a la creciente demanda por experiencias inolvidables, auténticas, sostenibles y conectadas con la naturaleza está impulsando una transformación en la ruta sabores y saberes dicen los entrevistados que está bien aspectado el crecimiento y evolución positiva, puesto que con una buena gestión y ayuda de entidades gubernamentales se podría desarrollar y fortalecer las rutas turísticas existentes atrayendo a turistas locales y extranjeros.

2.6. Análisis cruzado

En conclusión, podemos decir que los entrevistados, quienes son los propietarios de las fincas de la ruta, tienen las ganas y las herramientas para seguir desarrollando la ruta, generando y brindando un buen servicio, cuentan con el espacio adecuado, infraestructura, servicios, pero la falta de difusión de la ruta ha impedido que esta se desarrolle de una mejor manera es decir la falta de promoción, siendo una estrategia indispensable para el desarrollo turístico, la ruta sabores y saberes cuenta con aspectos poco favorables como son las debilidades no cuentan con una óptima viabilidad, la promoción es limitada por la falta de capacitación, conocimiento, sus amenazas como primer punto está la inseguridad, la crisis energética, cambio climático y desastres naturales que no se puede controlar, pero tenemos aspectos positivos como la riqueza cultural que es una de sus fortalezas, el potencial turístico y el impacto positivo en la economía, también es capaz de desarrollar oportunidades de crecimiento turístico rural, con asociaciones y cooperativas, desarrollar nuevos productos y crear articulaciones con otras entidades o rutas turísticas.

Como resultado de la investigación metodológica de entrevista y FODA se resume a que las personas asumiendo su rol de habitantes, consideran que es importante la promoción y difusión de la ruta sabores y saberes, con el fin de cumplir con el desarrollo y evolución de la ruta, impulsando al crecimiento local, sabiendo que el cantón San Vicente tiene potencial derivado a las tipologías del turismo como son el gastronómico, naturaleza, rural y agroturismo, entre otros.

Conociendo los antecedentes históricos de la ruta sabores y saberes podemos mencionar que existen servicios limitados como la viabilidad y alcantarillado, la falta de seguridad siendo esos factores de importancia además de la promoción y señalización.

En conclusión, la ruta está establecida mas no se está desarrollando como debería por ello veo la viabilidad de la creación de una guía de estrategias de promoción turística que ayude a impulsar la ruta aportando un crecimiento económico.

CAPÍTULO III

3. Diseño de la propuesta

Elaboración de una guía turística para promocionar la ruta Sabores y Saberes resaltando su oferta gastronómica y los atractivos turísticos de la zona.

3.1. Antecedentes

Este proyecto nace en el 2021 a través de la representación de FOCAZNOM en la figura de Víctor Hugo Zambrano, como se da con ellos pues en un inicio se conectó con la ONG Heifer Ecuador y un grupo donde tenían un convenio de cooperación abierto, en donde los objetivos eran diversos, y uno de estos hablaba sobre el desarrollo del turismo, desarrollo comercial, desarrollo agrario, y varias líneas de acción, cuando se obtuvo la primera reunión con la universidad era porque ellos buscaban el apoyo de la universidad para gestionar ideas porque no tenían claro que es lo que podían hacer a través de Heifer para FOCAZNOM.

Entonces desde la carrera de turismo el Sr Decano Eduardo Caicedo y la Ing., Fernanda Navas como responsable de prácticas y pasantías de turismo y hotelería en ese entonces le pidieron realizar una propuesta técnica, la que se encuentra plasmada no en su 100%, pero se dijo que se podía crear varias actividades para desarrollar una ruta agroturística la misma que Heifer acogió la idea y dio la apertura para realizar, entonces en una reunión con todos los actores de FOXAZNOM que serían los beneficiarios, todo esto fue a través de Heifer, se presentó la propuesta técnica, y se inició el llamado a las personas que querían o deseaban participar y se obtuvo más de 20 personas en esta primera participación, con ayuda de alumnos de turismo de la ULEAM se canalizó toda esa información entre actividades de un focus group, para tener una primera impresión y ver que pensaba la gente y conocer que sabían del turismo, se aplicó una herramienta que fue la ficha técnica basada en preguntas claves, y ciertos ítems que nos permitió levantar información oportuna en resultado o conclusión de este trabajo, se dieron cuenta que las personas tenían ganas de abrirse al turismo, pero no sabían de qué manera o cómo hacerlo, entonces después de esta actividad la siguiente actividad fue un recorrido in situ, para saber si estas personas que tenían sus fincas, ranchos tenían la capacidad física y el entorno suficiente para atraer o ser parte de la ruta, para el agroturismo no hay determinantes exactas, es decir se necesitan cosas puntuales para hacer agroturismo, por ejemplo tener entornos o espacios que estén dentro del sector rural, espacios que cumplan con un determinado metraje o hectareaje, espacios que sean únicos o tengan un valor añadido y que sean diferentes a otros entornos, que cumplan con facilidades básicas, como baños,

parqueaderos, caminos abiertos, lo que se necesita para poder cumplir con una visita, entonces se tomó estos principios para poder plantear una ficha técnica de análisis territorial, esa ficha era muy amplia, cada finca cumplió su cometido y gracias a ese levantamiento de información se pudo trabajar en el informe final de potencial de la ruta, ese informe se envió a Heifer, y cuando la universidad quiso seguir trabajando con el proyecto pues se enteraron que Heifer había entregado el informe técnico a una consultora la misma que había tomado información del informe, sin respetar los derechos de autoría de la universidad, por ello existió una separación con Heifer pero se mantuvo con conexión con FOCAZNOM, el resultado final del informe en cuanto a si tienen potencialidad la ruta fue positivo ya que cumple con las características, además de contar con paisajes increíbles la zona rural manabita tiene maravillas en su interior, lo unico negativo son los caminos de 2do y 3er orden limita a la accesibilidad mas no a la conectividad, no obstante cada finca cuenta con diferentes actividades y su gastronomía única, se calificó con visto bueno el análisis potencial de la ruta, posteriormente se presentó también una idea mediante las fichas técnicas se identificó lo que las fincas debe mejorar, el recurso económico era importante para posterior se presentó el diseño de señalética, que se presentó en un informe el mismo que también se realizó una visita técnica, para recabar información de coordenadas fotos e información necesaria para la creación, se tenía conocimiento que Heifer junto con FOCAZNOM estaban apoyando en la desarrollo de productos turísticos.

Estas han sido varias etapas de la ruta pero que realmente nosotros no pudimos consolidar en productos, se presentaron ideas pero esto dependía más de Heifer y FOCAZNOM el poder activar, pero se dio cuenta que no era idóneo que les faltaba fuerza, hubo una falta de gestión y comunicación, las rutas turísticas no solo son identificar los potenciales sino también brindar el acompañamiento a todos estos gestores de destino para que ellos se incentiven y se sigan preparando en turismo, porque ellos no sabían nada de turismo dentro de esto aplica el tema de costos producción el tema de manejo de servicios calidad etc.

3.2. Justificación

En el cantón San Vicente existe una variedad de atractivos con potencial para la práctica turística, lo que facilita los diferentes tipos de productos y servicios, para los visitantes, sin mencionar su clima cálido, así como sus actividades tradicionales. Por esta razón, la conformación de rutas turísticas es el medio para diversificar las actividades y servicios, además de representar una posibilidad en la generación de economía. Asimismo, podemos decir que es una forma de diversificar un conjunto de atractivos persistentes con la finalidad de proporcionar la atracción de visitantes y ayudar a la economía local.

El presente trabajo tiene como finalidad diseñar una guía de estrategias de promoción para la localidad, esta guía es una herramienta que puede ayudar a la difusión de los diversos atractivos del cantón San Vicente, considerando que el turismo en la actualidad está en constante evolución, lo que implica mayores exigencias de los consumidores, competencia entre destinos turísticos y la necesidad de promoción. Por lo cual se realiza una propuesta de estrategia de promoción para rutas turísticas configuradas con recursos locales particulares, con ello se busca contribuir al incremento de visitantes y asimismo permitirá contar con herramientas para comercializar las rutas turísticas, con el fin de llegar a ser pioneros en el sector.

La iniciativa de esta propuesta para la promoción de rutas turísticas ayudará a la toma de decisiones sobre los beneficios que estas puedan generar, al mismo tiempo permitirá un desarrollo de estrategias para identificar oportunidades de mercadeo sumando así el marketing de promoción como herramienta para el desarrollo del producto, concretando así un segmento de mercado.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

- Promocionar la ruta de Sabores y Saberes a nivel nacional, posicionándola como un destino turístico pionero gastronómico.

3.3.2. Objetivos específicos

- Crear una guía turística atractiva que incluya información detallada sobre la oferta gastronómica de la ruta, destacando los platos típicos e ingredientes locales.
- Resaltar los atractivos turísticos de la zona, incluyendo paisajes naturales, sitios culturales, tradiciones locales, para ofrecer una experiencia integral al visitante.
- Elaboración de un presupuesto referencial para la respectiva difusión de la guía turística a través de un brochure físico, llegando a un público amplio y diverso.

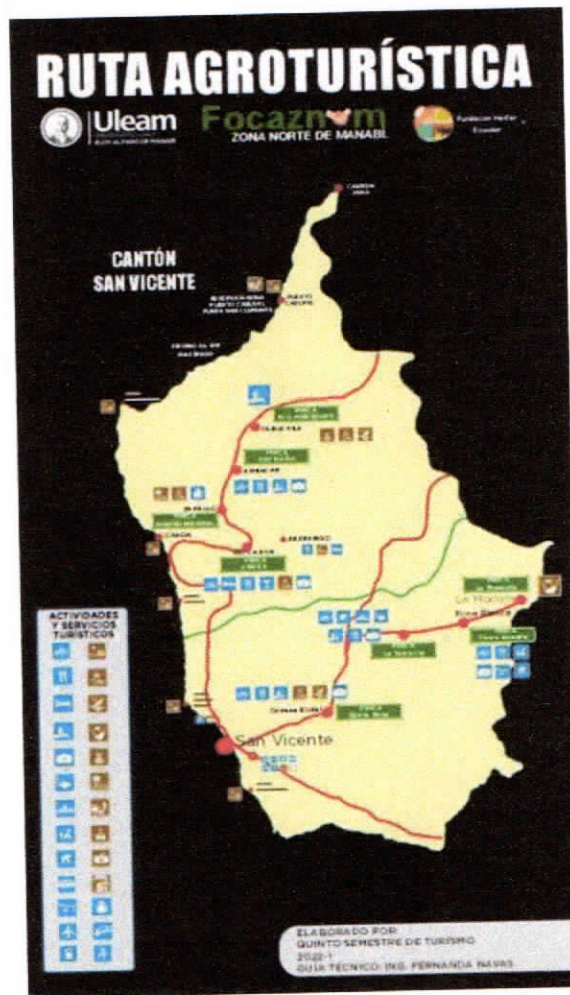
3.3.3. Desarrollo de la propuesta

En la actualidad la ruta se encuentra en pausa, La Finca Tierra Bendita, Finca Florecita, Finca Eco Horizonte aún se encuentran operando y prestando sus servicios, puesto que las restantes por varios motivos han desistido, a pesar de que las otras fincas ya no se encuentran dentro de la ruta, por ello la creación de esta guía turística ya que desean seguir desarrollando su ruta y trabajando para su desenvolvimiento, dar a conocer su potencial a los visitantes por ese motivo han implementado más servicios en sus fincas para que los visitantes tengan una experiencia completa.

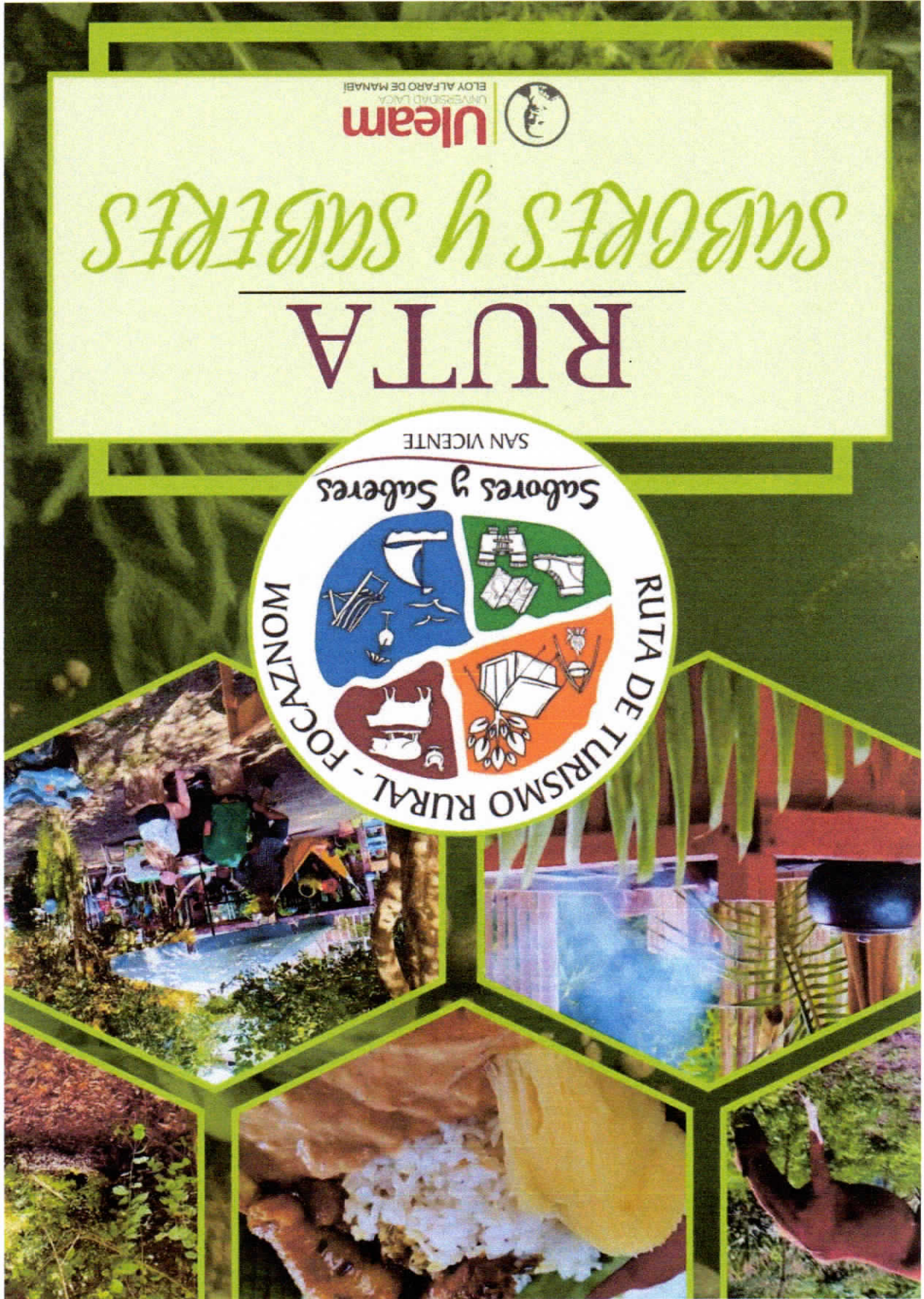
Acotando a lo anterior la ruta desea que los visitantes puedan degustar de una amplia variedad de platos manabitas, preparados con ingredientes frescos, locales, acompañados de atractivos como hacer senderismo por la finca conociendo el río, recorriendo el huerto es decir vivir una auténtica experiencia.

Mapeo ruta agroturística sabores y saberes

Ilustración 2 Elaborado por Ing. Fernanda Navas 2021



Diseño de guía promocional para la ruta sabores y saberes



Índice

Introducción

Pág. 2

Finca Tierra Bendita

- Oferta Gastronómica
- Atractivos Turísticos

Pág. 3

Finca La Florecita

- Oferta Gastronómica
- Atractivos Turísticos

Pág. 6

Finca Eco Horizonte

- Productos emblemáticos
- Atractivos Turísticos

Pág. 9



OTRA FORMA DE EXPLORAR



Relajarse en la naturaleza

Combina técnicas ancestrales con productos naturales para un bienestar integral.



Meditar y sostener la vida

Desarrolla tu intuición y fortalece tu conexión contigo mismo.



Actividades en la montaña

Explora senderos ocultos y paisajes impresionantes en nuestras rutas personalizadas.



Sostenibilidad

Nuestras rutas aspiran llegar a ser completamente sostenibles para minimizar el impacto ambiental, y aportar al desarrollo local.

Desarrollo

El desarrollo de esta ruta muestra un alto nivel de emprendimiento orientados al turismo con una visión futurista basándose en los principios del eco y agroturismo.



SUMÉRGETE EN LOS DETALLES DE LA RUTA.

La ruta sabores y saberes ubicada en el cantón San Vicente, nace de una iniciativa turística en conjunto con FOCAZNOM que es la federación de organización campesina de la zona norte de Manabí, la misma que trabaja para alcanzar la seguridad y soberanía alimentaria para sus comunidades a través de áreas productivas para gestionar y ejecutar proyectos a favor de sus comunidades y socios.



Desde el año 2021, esta ruta invita a descubrir los encantos de fincas como Tierra Bendita, La Florecita y Eco Horizonte, situadas en las comunidades de Santa Rosa, La Mocora y Tabuchila. A través de este recorrido, se busca dar a conocer las riquezas y el potencial turístico de estas tierras privilegiadas.

Descubre las raíces culturales de Manabí a través de esta ruta que combina gastronomía, tradiciones y paisajes naturales. Al visitar las fincas locales, podrás conocer los procesos de producción y apreciar el valor de los productos locales.

FINCA TIERRA BENDITA



UBICACIÓN: COMUNIDAD SANTA ROSA
EXTENSIÓN: 22HAS



OFERTA GASTRONÓMICA



SECO DE GALLINA CRIOLLA



FRITADAS



SUERO BLANCO



TONGA



LONGANIZA



VICHE

PRODUCTOS EMBLEMÁTICOS



- Árbol Matapalo
- Cilantro de pozo
- Oreganito
- Albahaca
- Orégano grande
- Cebollita





PASEO A CABALLO

Recorre senderos naturales, admira paisajes únicos y conecta con la naturaleza a través de nuestros fieles compañeros equinos.



SENDERISMO

Descubre la naturaleza en su máximo esplendor! Te invitamos a vivir una experiencia única en nuestros senderos guiados.



TARABITA

Disfruta de una emocionante travesía por las alturas, con vistas panorámicas que te dejarán sin aliento.



CAMPING

Desconecta de la rutina y acampa bajo un cielo estrellado. Disfruta de fogatas, historias y la tranquilidad de la naturaleza.



ATRATIVOS TURÍSTICOS





OFERTA GASTRONÓMICA



VINO ARTESANAL



MASA DE SACHA INCHI



MERMELADA ARTESANAL



CALDO DE GALLINA CRIOLLA



HARINA SACHA INCHI



LONGANIZA

PRODUCTOS EMBLEMÁTICOS



Ovo

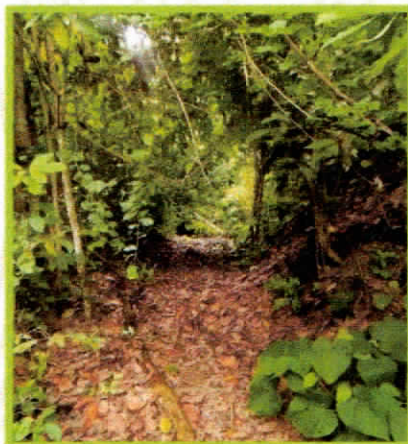
Naranja

Toronja

Grosella

Limón mandarina

Senderismo



Nivel de dificultad	Bajo - Medio
Longitud	1Km
Tiempo de recorrido	30 minutos.
Puntos de interes	<ul style="list-style-type: none">• Estero de agua dulce• Árbol ancestral la Mocora• Mata Palo (50 años de antigüedad)

Paisajismo



Nuestra finca es un ejemplo de cómo la armonía entre el hombre y la naturaleza es posible, el paisajismo sostenible ha dado vida a un entorno exuberante y diverso, donde la flora y fauna local prosperan. Sumérgete en el ecoturismo y descubre la riqueza natural de este lugar, mientras contribuyes a su preservación.



ATRATIVOS TURÍSTICOS

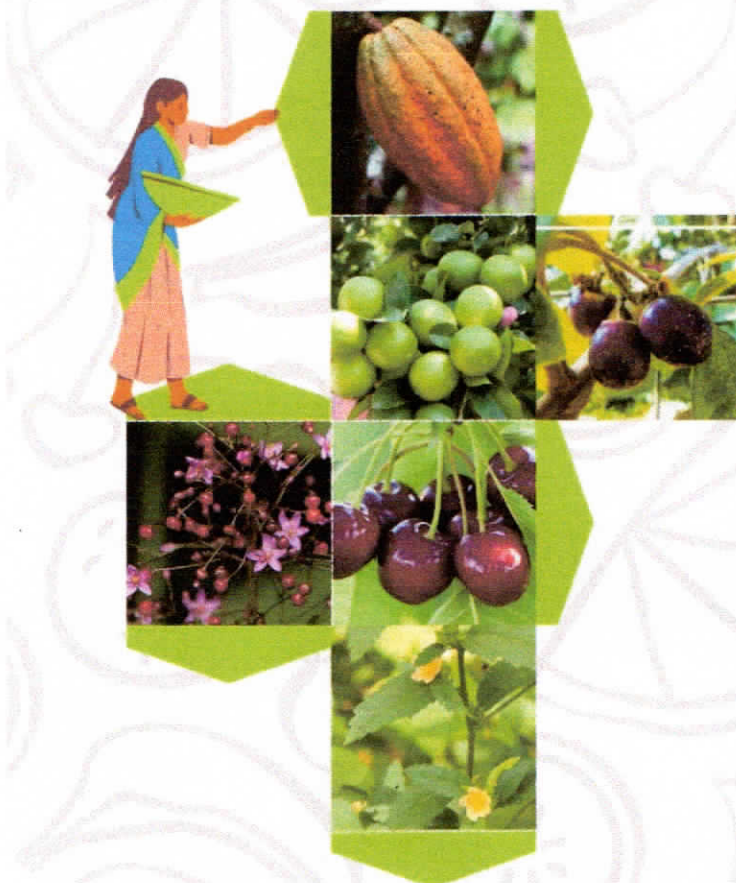
08



FINCA ECO HORIZONTE



UBICACIÓN: TABUCHILA
EXTENSIÓN: 4HAS



- Cacao nativo
 - Limón
 - Pechiche
 - Cereza
- Plantas medicinales
- Verdolaga Francesa
 - Escoba de monte
 - Chivo



PRODUCTOS EMBLEMÁTICOS

CAMPING



Disfruta de noches estrelladas y amaneceres inolvidables acampando en "Eco Horizonte"



ACTIVIDADES DE SANACIÓN



Esta finca ofrece actividades mediante la meditación y sanación a través de plantas medicinales.



AVISTAMIENTO DE AVES



Conoce las diferentes especies de aves que habitan en nuestra región.



ATRATIVOS TURÍSTICOS



ATRATIVOS TURÍSTICOS

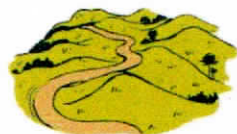
ARQUEOLOGÍA



¡Descubre un pedacito de historia!

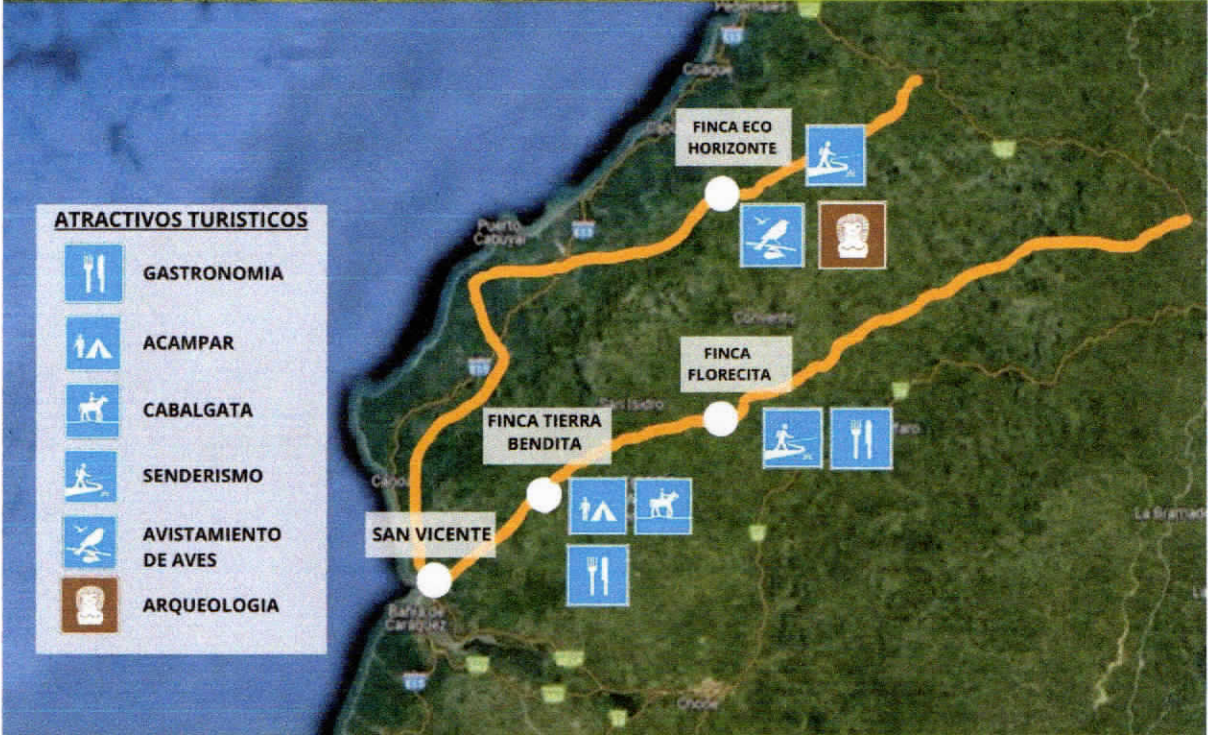
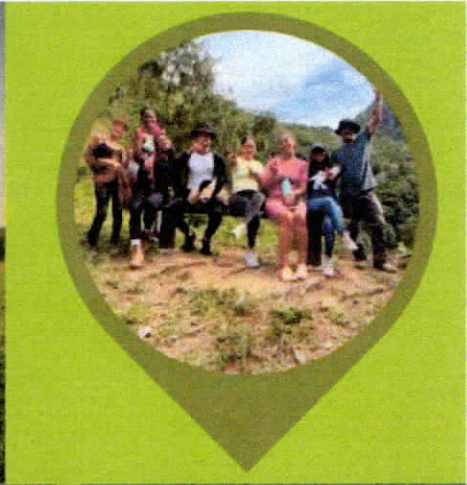
Aquí encontrarás antiguas construcciones y tesoros escondidos de las culturas Valdivia y Jama-Coaque. En excavaciones pasadas se encontraron hasta figuras de oro y restos de nuestros antepasados.

SENDERISMO

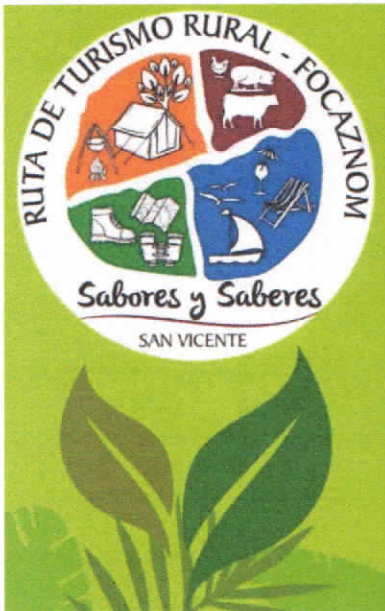


NIVEL DE DIFICULTAD	Moderado - Medio
LONGITUD	2km
TIEMPO DE RECORRIDO	2 horas
PUNTOS DE INTERES	Flora y fauna nativa del bosque.





MAPEO DE RUTA



Teléfono
(593) 52 674 243
(593) 99 184 7918

- Oficina FOCAZNOM y ASOSALLITA
- Calles Manabí y Francisco Lozano 201
- San Vicente, Manabí, Ecuador

focaznom@hotmail.com

PRESUPUESTO

La presente guía de promoción tiene como presupuesto el valor de la impresión que sería tipo revista la misma que tiene un valor aproximado de \$40 dólares la unidad, ya que esta herramienta nos brinda información acerca de las fincas que conforman la ruta.

IMPACTO DE LA PROPUESTA

Personalmente creo que el impacto de esta guía promocional sería positiva ya que lo que buscamos es generar una demanda turística, en esta guía se encuentra información detallada de los servicios que las fincas que ellos proporcionan, este tipo de información genera un impacto significativo en la ruta ya que desempeña un papel crucial en la conformación de la experiencia del viajero y en el desarrollo de un destino, en la misma que brinda información atractiva, clara y precisa sobre los atractivos turísticos a realizar en cada finca, la gastronomía local, frutas y plantas únicas existentes en el sector. Este tipo de guías promocionales son los que influyen directamente en la toma de decisión de los visitantes, incentivándolos a explorar, degustar y conocer nuevas experiencias, contribuyendo con el desarrollo turístico de la localidad siendo esta más consciente, desde el punto de vista económico esta herramienta permitirá un aumento en la demanda turística lo que genera mayores ingresos para el sector, sin embargo es fundamental que este tipo de guías promocionales estén diseñadas y actualizadas de una manera periódica con el afán de garantizar información actual y relevante la misma que se adapte a las necesidades en general.

Conclusiones

- Podemos concluir mencionando que la guía turística debe ser un instrumento clave para posicionar a la ruta sabores y saberes como un destino cultural y gastronómico de primer nivel, preparado con ingredientes frescos y recetas ancestrales, los atractivos turísticos de la zona ofrecen un recorrido inolvidable por los sentidos. Descubre paisajes naturales de ensueño, desde playas paradisíacas hasta frondosos bosques y sumérgete en la cultura local, conociendo a los artesanos y agricultores que hacen de esta región un lugar único.
- En conclusión la sostenibilidad y la cultura local son dos importantes ejes a destacar ya que las prácticas sostenibles de los productos locales son realmente importantes de implementar en cualquier tipo de actividad que se realice, lo que busca esta guía es promocionar la ruta turística dentro de la provincia, promoviendo el consumo de productos locales, respetando el medio ambiente, brindando experiencia del turista la misma que debe ser el primordial, por ello es fundamental que la información sea clara, concisa y atractiva, utilizando lenguaje sencillo y visualmente agradable ya que una ruta es una experiencia transformadora, que va más allá de la simple degustación de platos típicos. Te ofrece la oportunidad de conectar con la naturaleza. Aprender sobre las tradiciones ancestrales y apoyar a las comunidades locales.

Recomendaciones

- Se recomienda implementar capacitación en habilidades de liderazgo para las personas que conforman la ruta, también en marketing, ventas y en especial en turismo para mejorar el desarrollo y desenvolvimiento de la ruta, por ello se creó la guía de promoción para tener información directa y clara de cómo será esta experiencia inolvidable donde los sabores ancestrales se fusionan con la belleza natural, la misma que nos invitan a descubrir los secretos que guarda Manabí, aprendiendo los procesos de producción y vivir experiencias únicas.
- Es importante plantear prácticas sostenibles en las fincas para que puedan asegurar el cuidado del medio ambiente para las futuras generaciones y que puedan seguir desarrollando las actividades en la ruta, ya que algunas fincas no realizan prácticas sostenibles por ende deberían implementar para su buen desarrollo y evolución.

Bibliografía

- Agroecuador. (2022). *Agroecuador*. Obtenido de Agroecuador:
<https://agroecuadortv.com/planifican-implementar-el-parque-mundial-del-cacao-en-chone-manabi/>
<https://agroecuadortv.com/planifican-implementar-el-parque-mundial-del-cacao-en-chone-manabi/>
- Arias. (2016). *Marco metodológico*. Obtenido de Marco metodológico:
<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>
- Barragán J; Gonzalez E. (2020). *International Journal of good Conscience*. Obtenido de International Journal of good Conscience: [http://www.spentamexico.org/v15-n1/A15.15\(1\)222-229.pdf](http://www.spentamexico.org/v15-n1/A15.15(1)222-229.pdf)
- Barrera E. (2016). *Turismo rural*. Obtenido de Turismo rural:
https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_argentina_y_el_potencial_de_mexico_2006.pdf
- Bookdown.org. (2019). *Bookdown.org*. Obtenido de Bookdown.org:
<https://bookdown.org/aquintela/EBE/muestreo-aleatorio-simple.html>
- Bullon D. (2018). *scielo.org*. Obtenido de scielo.org:
https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_argentina_y_el_potencial_de_mexico_2006.pdf
- Castillo M; Castaño V. (2015). *La promoción turística*. Obtenido de La promoción turística:
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Cesuma. (2024). *UNIVERSIDAD CESUMA*. Obtenido de UNIVERSIDAD CESUMA:
<https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-turismo.html#:~:text=El%20turismo%20es%20una%20actividad,%2C%20de%20negocios%2C%20entre%20otras.>
- CEUPE. (2024). *CEUPE*. Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/ruta-turistica.html>
- Duque B. (2018). *proQuest.com*. Obtenido de proQuest.com:
<https://www.proquest.com/docview/2474920004/fulltextPDF/85797AAADAAC49F9PQ/1?accountid=151317&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Fondo Ítalo - Ecuatoriano. (2017). *FIEDS*. Obtenido de FIEDS: <https://fieds.org/latitud-iche/>
- Gestion de Recursos Naturales. (2022). *Gestion de Recursos Naturales*. Obtenido de Gestion de Recursos Naturales: <https://www.grn.cl/plan-de-manejo-ambiental.html>
- Ibarra J; Valverde M. (2017). *Papers ssrr*. Obtenido de Papers ssrr:
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3064290

- Instituto Nacional de Estadística. (4 de Mayo de 2022). *Instituto Nacional de Estadística*.
Obtenido de Instituto Nacional de Estadística:
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176851&menu=resultados&idp=1254735727106
- INTA. (2017). *INTA*. Obtenido de INTA:
https://repositorio.inta.gob.ar/bitstream/handle/20.500.12123/13329/INTA_CRPatagoniaSur_EEAEsquel_Peralta,%20Juan%20Manuel.%20Agroturismo.pdf?sequence=1
- Michelli C. (2018). *Efe.verde*. Obtenido de Efe.verde: <https://efeverde.com/turismo-gastronomico-y-agroturismo-donde-pueden-sus-clientes-turistas-o-comensales-realmente-emocionarse-por-arturo-crosby/>
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (26 de Noviembre de 2021). *Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Obtenido de Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica: <https://www.ambiente.gob.ec/ecuador-comprometido-con-la-conservacion-nueva-reserva-marina-en-manabi/>
- OMT. (2020). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Peralta. (2021). *Repositorios UTC*. Obtenido de Repositorios UTC:
<https://repositorio.utc.edu.ec/home>
- QuestionPro. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-una-poblacion/#:~:text=Una%20poblaci%C3%B3n%20es%20un%20conjunto,cualquier%20investigaci%C3%B3n%20quiere%20extraer%20conclusiones.>
- Reid R; Bojanic D. (2016). *Wiley*. Obtenido de Wiley : <https://www.wiley.com/en-us/Hospitality+Marketing+Management%2C+6th+Edition-p-9781118988954>
- Scielo. (2021). *Scielo*. Obtenido de Scielo :
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000200106
- Trout J; Rivkin S. (1996). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=160858>
- Union Internacional para la Conservacion de la Naturaleza. (s.f.). *UICN*. Obtenido de UICN:
<https://iucn.org/es>