



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

“AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE  
TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE  
PICHINCHA”

Trabajo de Titulación para optar al Título de Licenciatura en Turismo.

**Autora**

Jeniffer Roxana Haro Haro

**Tutor**

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

**Riobamba, Ecuador, 2023**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Jeniffer Roxana Haro Haro, con cédula de ciudadanía 172758979-6, autora del trabajo de investigación titulado: AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autora de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a la fecha 09 de noviembre de 2023 de su presentación.



---

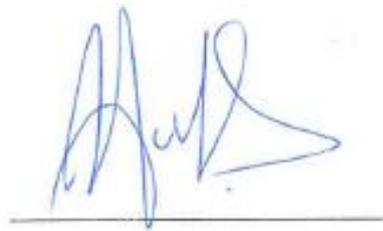
Jeniffer Roxana Haro Haro

C.I: 172758979-6

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Renato Hernán Herrera Chávez catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: "AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA", bajo la autoría de Jeniffer Roxana Haro Haro; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 09 días del mes de noviembre de 2023.



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

C.I: 060276321-1

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, presentado por Jeniffer Roxana Haro Haro, con cédula de identidad número 172758979-6, bajo la tutoría de Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 09 días del mes de noviembre.

Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



---

Mgs. Pacheco Sanunga Héctor Germán  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



---

Mgs. Víctor Medardo Velasco Samaniego  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



---



Dirección  
Académica  
VICERRECTORADO ACADÉMICO

*en movimiento*  
**SGC**  
SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD  
UNACH-RGF-01-04-08.17  
VERSIÓN 01: 06-09-2021

## CERTIFICACIÓN

Que, **HARO HARO JENIFFER ROXANA** con CC: **172758979-6**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA"**, cumple con el 3 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 30 de octubre de 2023.



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez  
**TUTOR**

## DEDICATORIA

*“Comienza haciendo lo que es necesario, después lo posible y de repente estarás haciendo lo imposible”.*

*San Francisco*

Voy a empezar dedicando este presente proyecto de investigación a mi Dios, que, con su amor misericordioso, me ha regalado inspiración, paciencia e inteligencia para poder realizarlo de la mejor manera.

A mis queridos padres, que han velado por mi incansablemente durante estos 4 años.

Finalmente, a todas las personas que me han acompañado en el transcurso de mi carrera y me han alentado a seguir adelante y no mirar atrás.

## AGRADECIMIENTO

*“No temas, pues yo estoy contigo, no mires con desconfianza, pues yo soy tu Dios; yo te he dado fuerza, he sido tu auxilio y con mi diestra victoriosa te he sostenido”.*

*Isaías 41,10*

Quiero iniciar agradeciendo a mis padres y al resto de mi familia materna y paterna, por haber estado pendiente de mi durante todos estos años, han sido aquellos ángeles que me han acompañado y me han llenado de mucha fortaleza noche y día, pese a todas las situaciones buenas y malas que hemos tenido que atravesar.

A todos mis amigos que el Señor me ha permitido conocer y me han hecho ver que “algunas veces los milagros son personas”.

A todos mis docentes de la carrera, por ser aquellas personas que me han impartido nuevos conocimientos a través de todos estos años e hicieron que uno de mis sueños se llegue a cumplir victoriosamente.

Y dejo para el final mi principal agradecimiento a mi amado Dios y a mi dulce María, que han sido el mayor impulso de mi vida y se han encargado de brindarme fortaleza, coraje, sabiduría, esperanza y mucha valentía, día a día, durante todo este proceso de aprendizaje.

## ÍNDICE GENERAL

DECLATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>20</b>
1.1. Planteamiento del Problema.....	21
1.2. Formulación del Problema .....	23
1.2.1. Problema General.....	23
1.2.2. Problemas Específicos .....	23
1.3. Justificación .....	23
1.3.1. Justificación Teórica .....	23
1.3.2. Justificación práctica.....	24
1.3.3. Justificación metodológica.....	24
1.4. Objetivos .....	24
1.4.1. Objetivo General .....	24
1.4.2. Objetivos Específicos.....	24
1.5. Hipótesis .....	25
1.5.1. Hipótesis general.....	25
1.5.2. Hipótesis específicas .....	25
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>26</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	26
2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación .....	26
2.2.1. Epistemología del agroturismo .....	26

2.2.2.	Epistemología de turismo sostenible .....	27
2.3.	Estado del arte .....	27
2.3.1.	Variable Independiente: Agroturismo.....	27
2.3.2.	Variable dependiente: Turismo Sostenible .....	28
2.4.	Bases teóricas .....	29
2.4.1.	Bases teóricas de la variable independiente: Agroturismo .....	29
2.4.2.	Bases teóricas de la variable dependiente: Turismo sostenible .....	32
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....</b>		<b>36</b>
3.1.	Diseño, nivel y tipo de investigación.....	36
3.1.1.	Diseño de investigación .....	36
3.1.2.	Tipos de investigación .....	37
3.2.	Unidad de análisis .....	39
3.3.	Población de estudio y selección de la muestra .....	39
3.4.	Matriz de operacionalización de variables.....	41
3.5.	Matriz de consistencia.....	43
3.6.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	44
3.6.1.	<i>Técnicas de recolección de datos.....</i>	44
3.6.2.	<i>Instrumentos.....</i>	44
3.7.	Validación de los instrumentos .....	44
3.7.1.	<i>Validación de expertos.....</i>	44
3.8.	Confiabilidad de los instrumentos .....	45
3.8.1.	<i>Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable independiente ...</i>	45
3.8.2.	<i>Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable dependiente .....</i>	45
3.9.	Métodos del análisis.....	46
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSION .....</b>		<b>47</b>
4.1.	Análisis de los resultados de la variable independiente: Agroturismo .....	47
4.2.	Análisis de los resultados de la variable dependiente: Turismo sostenible ...	52

4.3.	Comprobación de las hipótesis de investigación .....	56
4.3.1.	Hipótesis general.....	56
4.3.2.	Hipótesis específica 1 .....	57
4.3.3.	Hipótesis específica 2 .....	58
4.3.4.	Hipótesis específica 3 .....	59
4.3.5.	Hipótesis específica 4 .....	60
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>61</b>
5.1.	Conclusiones .....	61
5.2.	Recomendaciones .....	63
<b>CAPITULO VI. PROPUESTA .....</b>		<b>64</b>
1.	Título de la propuesta.....	64
2.	Objetivos .....	64
2.1.	Objetivo general.....	64
2.2.	Objetivos específicos .....	64
3.	Introducción .....	64
4.	Desarrollo de la propuesta.....	66
4.1.1.	Dimensión geográfica .....	66
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>		<b>79</b>
<b>RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS .....</b>		<b>98</b>

## ÍNDICE TABLA

<b>Tabla 1.</b> Matriz Operacionalización variable independiente .....	<b>41</b>
<b>Tabla 2.</b> Matriz operacionalización variable dependiente .....	<b>42</b>
<b>Tabla 3.</b> Matriz de consistencia.....	<b>43</b>
<b>Tabla 4.</b> Validación de expertos.....	<b>44</b>
<b>Tabla 5.</b> Criterio del alfa de Cronbach.....	<b>45</b>
<b>Tabla 6.</b> Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente: Agroturismo .....	<b>45</b>
<b>Tabla 7.</b> Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente: Turismo sostenible .....	<b>45</b>
<b>Tabla 8.</b> Análisis de resultados de la variable independiente: Agroturismo .....	<b>51</b>
<b>Tabla 9.</b> Análisis de resultados de la variable dependiente: Turismo sostenible .....	<b>52</b>
<b>Tabla 10.</b> Prueba de hipótesis general.....	<b>56</b>
<b>Tabla 11.</b> Prueba de hipótesis específica 1 .....	<b>57</b>
<b>Tabla 12.</b> Prueba de hipótesis específica 2 .....	<b>58</b>
<b>Tabla 13.</b> Prueba de hipótesis específica 3 .....	<b>59</b>
<b>Tabla 14.</b> Prueba de hipótesis específica 4 .....	<b>60</b>
<b>Tabla 15.</b> Matriz de priorización de las fortalezas .....	<b>71</b>
<b>Tabla 16.</b> Matriz de priorización de las debilidades .....	<b>71</b>
<b>Tabla 17.</b> Matriz de priorización de las oportunidades. ....	<b>72</b>
<b>Tabla 18.</b> Matriz de priorización de las amenazas .....	<b>72</b>
<b>Tabla 19.</b> FODA depurado.....	<b>73</b>
<b>Tabla 20.</b> FODA cruzado .....	<b>73</b>
<b>Tabla 21.</b> Capacitación.....	<b>74</b>
<b>Tabla 22.</b> Emprendimientos agroturísticos .....	<b>75</b>
<b>Tabla 23.</b> Liderazgo .....	<b>76</b>
<b>Tabla 24.</b> Evaluación de las estrategias .....	<b>77</b>
<b>Tabla 26.</b> Sexo .....	<b>98</b>
<b>Tabla 27.</b> Edad.....	<b>99</b>

<b>Tabla 28.</b> Nivel de instrucción .....	<b>100</b>
<b>Tabla 29.</b> Emprendimientos generados por las asociaciones .....	<b>101</b>
<b>Tabla 30.</b> Apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales .....	<b>102</b>
<b>Tabla 31.</b> Emprendimientos agroturísticos como fuente de ingresos económicos .....	<b>103</b>
<b>Tabla 32.</b> Emprendimientos agroturísticos y patrimonio natural y cultural.....	<b>104</b>
<b>Tabla 33.</b> Capacitación en emprendimientos agroturísticos .....	<b>105</b>
<b>Tabla 34.</b> Vínculo con proveedores .....	<b>106</b>
<b>Tabla 35.</b> Relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad .....	<b>107</b>
<b>Tabla 36.</b> Comportamiento frente a los turistas .....	<b>108</b>
<b>Tabla 37.</b> Capacitación de comportamiento.....	<b>109</b>
<b>Tabla 38.</b> Promoción de servicios turísticos .....	<b>110</b>
<b>Tabla 39.</b> Servicios turísticos ofertados .....	<b>111</b>
<b>Tabla 40.</b> Asesoría técnica para mejorar los servicios turísticos .....	<b>112</b>
<b>Tabla 41.</b> Rutas de transporte.....	<b>113</b>
<b>Tabla 42.</b> Habitantes capacitados en el hospedaje .....	<b>114</b>
<b>Tabla 43.</b> Correcta información .....	<b>115</b>
<b>Tabla 44.</b> Servicios turísticos como expectativas de los turistas .....	<b>116</b>
<b>Tabla 45.</b> Conocimiento de técnicas agropecuarias .....	<b>117</b>
<b>Tabla 46.</b> Participación de un plan agroturístico.....	<b>118</b>
<b>Tabla 47.</b> Nivel de conocimiento acerca de los cultivos.....	<b>119</b>
<b>Tabla 48.</b> Abastecimiento de productos .....	<b>120</b>
<b>Tabla 49.</b> Productos agropecuarios como ingresos económicos.....	<b>121</b>
<b>Tabla 50.</b> Marca de calidad .....	<b>122</b>
<b>Tabla 51.</b> Comercialización de productos.....	<b>123</b>
<b>Tabla 52.</b> Involucramiento del visitante.....	<b>124</b>
<b>Tabla 53.</b> Oportunidad de desarrollo agrícola.....	<b>125</b>
<b>Tabla 54.</b> Capacitación en interpretación de actividades agrícolas .....	<b>126</b>

<b>Tabla 55.</b> Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados .....	<b>127</b>
<b>Tabla 56.</b> Participación de la actividad turística .....	<b>128</b>
<b>Tabla 57.</b> Planificación de estrategias .....	<b>129</b>
<b>Tabla 58.</b> Gestión del financiamiento .....	<b>130</b>
<b>Tabla 59.</b> Actividades turísticas C.1. ....	<b>131</b>
<b>Tabla 60.</b> Principales motivaciones del turista C.2. ....	<b>132</b>
<b>Tabla 61.</b> Visita del lugar C.3. ....	<b>133</b>
<b>Tabla 62.</b> Tiempo de estancia C.4. ....	<b>134</b>
<b>Tabla 63.</b> Costo del tour agroturístico C.5. ....	<b>135</b>
<b>Tabla 64.</b> Medio de información C.6. ....	<b>136</b>
<b>Tabla 65.</b> Sexo .....	<b>137</b>
<b>Tabla 66.</b> Edad.....	<b>138</b>
<b>Tabla 67.</b> Nivel de instrucción .....	<b>139</b>
<b>Tabla 68.</b> Fortalecimiento de actividades turísticas .....	<b>140</b>
<b>Tabla 69.</b> Prácticas de sostenibilidad .....	<b>141</b>
<b>Tabla 70.</b> Motivo de visitas en el entorno rural .....	<b>142</b>
<b>Tabla 71.</b> Plan de promoción .....	<b>143</b>
<b>Tabla 72.</b> Servicios turísticos y agricultura.....	<b>144</b>
<b>Tabla 73.</b> Agricultura aporta a los productos y servicios turísticos .....	<b>145</b>
<b>Tabla 74.</b> Actividad agrícola como ingreso económico en un atractivo turístico.....	<b>146</b>
<b>Tabla 75.</b> Actividad turística factible para la economía, sociedad y cultura .....	<b>147</b>
<b>Tabla 76.</b> Eventos de sostenibilidad para la economía .....	<b>148</b>
<b>Tabla 77.</b> Participación ciudadana .....	<b>149</b>
<b>Tabla 78.</b> Planificación de procesos de vinculación .....	<b>150</b>
<b>Tabla 79.</b> Calidad de atención.....	<b>151</b>
<b>Tabla 80.</b> Calidad de vida del habitad.....	<b>152</b>
<b>Tabla 81.</b> Capacitaciones del medio ambiente.....	<b>153</b>

<b>Tabla 82.</b> Preservación y conservación.....	<b>154</b>
<b>Tabla 83.</b> Recursos naturales .....	<b>155</b>
<b>Tabla 84.</b> Sostenibilidad y beneficios .....	<b>156</b>
<b>Tabla 85.</b> Vínculo con el medio ambiente .....	<b>157</b>
<b>Tabla 86.</b> Comercialización de productos agropecuarios .....	<b>158</b>
<b>Tabla 87.</b> Turismo sostenible como crecimiento local .....	<b>159</b>
<b>Tabla 88.</b> Crecimiento de empleo .....	<b>160</b>
<b>Tabla 89.</b> Beneficio económico .....	<b>161</b>
<b>Tabla 90.</b> Diversidad de oferta turística .....	<b>162</b>
<b>Tabla 91.</b> Principales retos del turismo sostenible C.1. ....	<b>163</b>
<b>Tabla 92.</b> Control y manejo de recursos C.2. ....	<b>164</b>
<b>Tabla 93.</b> Acciones para fortalecer el turismo sostenible C.3. ....	<b>165</b>
<b>Tabla 94.</b> Ampliar conocimientos de los habitantes C.4. ....	<b>166</b>
<b>Tabla 95.</b> Obtención de beneficios C.5. ....	<b>167</b>

## ÍNDICE GRAFICA

<i>Gráfica 1.</i> Diagrama de Influencia .....	65
<i>Gráfica 2.</i> Modelo de propuesta .....	66
<i>Gráfica 3.</i> Sexo.....	98
<i>Gráfica 4.</i> Edad .....	99
<i>Gráfica 5.</i> Nivel de instrucción .....	100
<i>Gráfica 6.</i> Emprendimientos generados por las asociaciones .....	101
<i>Gráfica 7.</i> Apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales .....	102
<i>Gráfica 8.</i> Emprendimientos agroturísticos como fuente de ingresos económicos .....	103
<i>Gráfica 9.</i> Emprendimientos agroturísticos y el valor del patrimonio natural y cultural .....	104
<i>Gráfica 10.</i> Capacitación en emprendimientos agroturísticos.....	105
<i>Gráfica 11.</i> Vínculo con proveedores .....	106
<i>Gráfica 12.</i> Relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad .....	107
<i>Gráfica 13.</i> Comportamiento frente a los turistas .....	108
<i>Gráfica 14.</i> Capacitación de comportamiento .....	109
<i>Gráfica 15.</i> Promoción de servicios turísticos .....	110
<i>Gráfica 16.</i> Servicios turísticos ofertados .....	111
<i>Gráfica 17.</i> Asesoría técnica para mejorar los servicios turísticos .....	112
<i>Gráfica 18.</i> Rutas de transporte.....	113
<i>Gráfica 19.</i> Habitantes capacitados en el hospedaje .....	114
<i>Gráfica 20.</i> Correcta información .....	115
<i>Gráfica 21.</i> Servicios turísticos como expectativas de los turistas.....	116
<i>Gráfica 22.</i> Conocimiento de técnicas agropecuarias .....	117
<i>Gráfica 23.</i> Participación de un plan agroturístico.....	118
<i>Gráfica 24.</i> Nivel de conocimiento acerca de los cultivos.....	119
<i>Gráfica 25.</i> Abastecimiento de productos .....	120
<i>Gráfica 26.</i> Productos agropecuarios como ingresos económicos.....	121
<i>Gráfica 27.</i> Marca de calidad .....	122
<i>Gráfica 28.</i> Comercialización de productos .....	123
<i>Gráfica 29.</i> Involucramiento del visitante.....	124
<i>Gráfica 30.</i> Oportunidad de desarrollo agrícola.....	125
<i>Gráfica 31.</i> Capacitación en interpretación de actividades agrícolas.....	126
<i>Gráfica 32.</i> Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados.....	127

<i>Gráfica 33.</i> Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados.....	128
<i>Gráfica 34.</i> Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados.....	129
<i>Gráfica 35.</i> Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados.....	130
<i>Gráfica 36.</i> Actividades turísticas C.1 .....	131
<i>Gráfica 37.</i> Principales motivaciones del turista C.2. ....	132
<i>Gráfica 38.</i> Visita del lugar C.3. ....	133
<i>Gráfica 39.</i> Tiempo de estancia C.4. ....	134
<i>Gráfica 40.</i> Tiempo de estancia C.4. ....	135
<i>Gráfica 41.</i> Medio de información C.6. ....	136
<i>Gráfica 42.</i> Sexo.....	137
<i>Gráfica 43.</i> Edad .....	138
<i>Gráfica 44.</i> Nivel de instrucción .....	139
<i>Gráfica 45.</i> Fortalecimiento de actividades turísticas .....	140
<i>Gráfica 46.</i> Prácticas de sostenibilidad .....	141
<i>Gráfica 47.</i> Motivo de visitas en el entorno rural.....	142
<i>Gráfica 48.</i> Plan de promoción .....	143
<i>Gráfica 49.</i> Servicios turísticos y agricultura.....	144
<i>Gráfica 50.</i> Agricultura aporta a los productos y servicios turísticos .....	145
<i>Gráfica 51.</i> Actividad agrícola como ingreso económico en un atractivo turístico ....	146
<i>Gráfica 52.</i> Actividad turística factible para la economía, sociedad y cultura.....	147
<i>Gráfica 53.</i> Eventos de sostenibilidad para la economía .....	148
<i>Gráfica 54.</i> Participación ciudadana .....	149
<i>Gráfica 55.</i> Planificación de procesos de vinculación .....	150
<i>Gráfica 56.</i> Calidad de atención.....	151
<i>Gráfica 57.</i> Calidad de vida del habitad .....	152
<i>Gráfica 58.</i> Capacitaciones del medio ambiente .....	153
<i>Gráfica 59.</i> Preservación y conservación .....	154
<i>Gráfica 60.</i> Recursos naturales.....	155
<i>Gráfica 61.</i> Sostenibilidad y beneficios .....	156
<i>Gráfica 62.</i> Vínculo con el medio ambiente .....	157
<i>Gráfica 63.</i> Comercialización de productos agropecuarios.....	158
<i>Gráfica 64.</i> Turismo sostenible como crecimiento local.....	159
<i>Gráfica 65.</i> Crecimiento de empleo .....	160
<i>Gráfica 66.</i> Beneficio económico.....	161

<i>Gráfica 67.</i> Diversidad de oferta turística .....	162
<i>Gráfica 68.</i> Principales retos del turismo sostenible C.1. ....	163
<i>Gráfica 69.</i> Control y manejo de recursos C.2. ....	164
<i>Gráfica 70.</i> Acciones para fortalecer el turismo sostenible C.3. ....	165
<i>Gráfica 71.</i> Ampliar conocimientos de los habitantes C.4.....	166
<i>Gráfica 72.</i> Obtención de beneficios C.5. ....	167

#### **ÍNDICE DE ANEXOS**

<i>Anexo 1.</i> Árbol de problemas .....	84
<i>Anexo 2.</i> Validación de expertos .....	85
<i>Anexo 3.</i> Encuesta de la variable independiente: Agroturismo .....	91
.....	91
<i>Anexo 4.</i> Encuesta de la variable dependiente: Turismo Sostenible.....	95
.....	95
<i>Anexo 5.</i> Collage de fotografías de los habitantes de Tolóntag (Emprendedores agrícolas) .....	168

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de conocer la importancia del agroturismo en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha, además, tiene como objetivo saber cómo influye el agroturismo y el turismo sostenible. La principal problemática es el desaprovechamiento del agroturismo al no tener en cuenta al turismo sostenible como un factor potencial. Por ende, en esta investigación se ha optado en utilizar la metodología de diseño transversal y documental; de tipo cuantitativo, cualitativo y campo; con nivel exploratorio y descriptivo. Del mismo modo, se aplicó diferentes encuestas dirigidas a los turistas y técnicos públicos del MAGAP, elaborados en la escala de Likert y otras preguntas complementarias, las mismas que fueron validadas por un grupo de expertos. Una vez obtenidos los datos se puso en marcha su correcta aplicación por medio del SPSS-25. Finalmente, los datos arrojados dieron paso a la propuesta de estrategias del turismo sostenible como adopción del agroturismo en la comunidad de Tolóntag, puesto que, existe tendencia del mercado turístico a la modalidad del agroturismo.

**Palabras claves:** Turismo sostenible, agroturismo, actividades agropecuarias, emprendimiento rural servicios turísticos, experiencia vivencia

## ABSTRACT

The present research work has as a purpose to know the importance of the agrotourism of the *Tolóntag Community, Pintag parish, Quito Canton, Pichincha Province*, and know how the agrotourism and sustainable tourism influence it. The main problem is the underutilization of agritourism since sustainable tourism is not taken into account as a potential factor. This research has used the transversal and documentary design with quantitative and qualitative methodology of field type, exploratory, and descriptive levels. In the same way, it was applied different surveys directed at tourists and MAGAP public technicians, made on the Likert scale and other complementary questions, the same ones that a group of experts validated. Once the data had been collected, its correct application was launched through SPSS-25. Finally, the results obtained gave way to the proposal for sustainable tourism strategies as the adoption of agrotourism in the *Community of Tolóntag* since there is a tendency of the tourism market towards agrotourism, where the requirements and demands of customers are defined.

*Keywords:* Sustainable tourism, agrotourism, agricultural and livestock activities, rural entrepreneurship, tourism services, experiential experience.



Reviewed by:  
Lic. Jenny Freire Rivera  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0604235036

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1. Introducción

Esta investigación analiza la influencia entre el agroturismo y el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, donde la actividad agrícola y agropecuaria es la principal fuente de ingreso de los habitantes.

Siendo el agroturismo una fuente potencial para la visita de los turistas, es muy sugestiva la motivación que mantienen por conocer las diferentes técnicas y manejos de la tierra junto con la parte pecuaria, sin embargo, el desaprovechamiento por la misma implica una débil preservación de las parcelas en la comunidad de Tolóntag, es por esto que no ha podido enmarcarse como un potencial turístico, aun así, pocas personas se han atrevido a implementar pequeños emprendimientos con fines agrícolas y lo que ha repercutido su crecimiento es la inexperticia de los saberes turísticos.

Por otro lado, la importancia del turismo sostenible en comunidades de esta naturaleza se revela al preservar el ambiente natural o ecológico, la construcción de la parte social y protección cultural, diversificación de ingresos, además de fuentes generadoras de empleos en actores comunitarios. (Rodríguez, 2019; Tomalá, 2013; Quevedo, 2020; Galarza, 2018). Así pues, el involucramiento de la parte de sostenible acuña a que los habitantes de la comunidad de Tolóntag deben comprender que el factor económico que proporciona el turismo es muy vitalicio para el bien personal y social, además otro impacto que ha causado la sostenibilidad proviene de la parte social ya que, así han de generar buenos ambientes de comprensión y convivencia, asumiendo el trabajo colectivo con una misma visión de trabajo.

Por lo tanto, la estructura y desarrollo investigativo se fundamenta en seis etapas:

En el Capítulo I, es descrita la introducción, problemática, justificación teórica, práctica y metodológica, objetivos generales y específicos e hipótesis general y específicas.

En el Capítulo II, son descritos los antecedentes con temas que aportan a esta investigación, se fundamentan las bases teóricas y el estado del arte de las dos variables de estudio, es decir, el agroturismo y el turismo sostenible junto con las dimensiones correlacionadas.

En el Capítulo III, se describe la metodología desde el diseño de investigación, los tipos y niveles investigativos, determinación de la población y cálculos de tamaños muestrales, diseño de los instrumentos y procesamiento, además de las hipótesis de investigación.

En el Capítulo IV, se analizan e interpretan los resultados de las encuestas aplicadas y se realiza la comprobación de hipótesis.

En el Capítulo V, se enuncian las conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo VI, es expuesta y desarrollada la propuesta.

### **1.1. Planteamiento del Problema**

Actualmente el turismo se ha convertido en una fuente de ingresos, especialmente para las comunidades rurales, lo que representa una forma de subsistencia, es por esto que se ha determinado que dentro de la comunidad de Tolóntag, el desconocimiento del turismo está implicando el desaprovechamiento de las actividades agrícolas y agropecuarias.

Es necesario mencionar que dentro de la comunidad habitan más de 50 familias dedicadas al manejo de la agricultura desde hace varios años, por lo que sus actividades cotidianas son la siembra y cosecha de alimentos como granos y tubérculos, además del cuidado y manejo de las parcelas. La comunidad también se ha dedicado al manejo y crianza de animales domésticos, y de esta manera se activa la economía.

El desarrollo turístico de la parroquia es poco gestionado, por lo que no todos estos lugares son conocidos por los turistas, y no se ha logrado mayor impulso de este. Al no asumir la sostenibilidad turística y el agroturismo implica deficientes prácticas agrícolas y protección ambiental del entorno, no asumir el nicho de ingresos turísticos comunitarios lo que se traduce en poco desarrollo local, la no conservación de tradiciones y prácticas ancestrales del cultivo.

Bajo tal contexto descrito, la comunidad Tolóntag pretende fortalecer el conocimiento acerca del agroturismo como una nueva actividad comunitaria y personal, pues constituye otra forma de vida. Por lo tanto, mediante el agroturismo, los visitantes podrán convivir con las familias, compartir sus rutinas cotidianas en sus sembradíos, conocer la importancia del uso del suelo y las propiedades de los cultivos, desarrollar un tipo de turismo fuera de lo tradicional, en donde los turistas tengan la opción de cosechar sus hortalizas, frutas y verduras que deseen adquirir.

Esta modalidad de turismo permitirá mejorar la calidad de vida de la población, dinamizar su economía local, y emprender en nuevos negocios gracias a sus actividades tradicionales agrícolas, así también el turista podrá desarrollar otro tipo de turismo, conectarse con la naturaleza, mediante las actividades a ofertar por la comunidad.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cómo influye el agroturismo en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿Cómo influye el emprendimiento rural en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?
- ¿Cómo influyen los servicios turísticos con el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?
- ¿Cómo influyen las actividades agropecuarias en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?
- ¿Cómo influye la experiencia vivencial en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. Justificación Teórica**

En esta investigación el enfoque aportado va direccionado a los ejes del agroturismo y sus dimensiones tales como son: emprendimiento rural, servicios turísticos, actividades agropecuarias y experiencia vivencia, vinculados con el turismo sostenible en los siguientes aspectos; actividades turísticas, impacto económico, impacto social e impacto ambiental, por lo que, dentro de este apartado se logra describir y comprender los conocimientos previos a las variables de investigación, además con los datos obtenidos se logrará contribuir a futuras investigaciones con temáticas similares.

### **1.3.2. Justificación práctica**

Desde la visión práctica se pretende abordar la situación actual de la comunidad de Tolóntag, puesto que esto ayudará a determinar el agroturismo desde el enfoque del turismo sostenible, ya que, los habitantes son los principales beneficiarios y esto ayudará a contribuir de manera más efectiva el fortalecimiento del agroturismo, lo que a su vez permitirá un dominio del desarrollo local.

### **1.3.3. Justificación metodológica**

Por su parte, desde la justificación metodológica, se direcciona al diseño transversal, exploratorio y documental; de tipo cuantitativo, cualitativo, de campo y descriptivo, además, también se utilizaron fuentes de información que ayuden a comprender de mejor manera las variables de investigación.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar la influencia del agroturismo con el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Analizar la influencia del emprendimiento rural en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha
- Analizar la influencia de los servicios turísticos en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha
- Analizar la influencia de las actividades agropecuarias en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha
- Analizar la influencia de la experiencia vivencial con el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis general**

El agroturismo influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

### **1.5.2. Hipótesis específicas**

- El emprendimiento rural influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.
- Los servicios turísticos influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.
- Las actividades agropecuarias influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.
- La experiencia vivencial influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2. Marco Teórico**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Percibido el fenómeno del turismo, según León y Reyes (2020), las comunidades expresan la falta de recursos o capacidades técnicas de las mismas, baja motivación para llevar a cabo iniciativas. Se exige, según estos autores, que la participación de los actores locales fomente la investigación y levantamiento de información actualizada y complementaria sobre turismo que provea nuevas propuestas de turismo y agroturismo.

Según Orellana, Holguín y Yance (2016), la necesidad de potencializar fortalezas ante el potencial de recursos naturales, involucra motivar a los comuneros por involucrarse en la implementación de planes estratégicos turísticos y predisposición de los agricultores por el desarrollo del agroturismo.

Se adiciona el enfoque de Ordóñez (2020), y la baja satisfacción de las actividades turísticas por los actores comunitarios y el comportamiento del turista. No consideran que existan flujos migratorios hacia sus parroquias gracias al turismo, sino por los cambios del uso del suelo que se ha dado a través del tiempo en sus territorios.

#### **2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación**

##### **2.2.1. Epistemología del agroturismo**

El agroturismo "es el turismo que implica cualquier operación o actividad de base agrícola que lleva a los visitantes a un entorno rural y natural." (DQ, 2020, p.3). Además, el agroturismo se asume como la actividad ejecutada en un campo de trabajo, lo que permite a los visitantes interesados interactuar propósitos recreativos, el

entretenimiento y disfrute de actividades rurales, donde se citan las agropecuarias, de corte histórico y cultural, además de los atractivos naturales.

Por otro lado, el agroturismo también es susceptible del desvío de la atención del trabajo agrícola, por ello, no se ha de abandonar la actividad agropecuaria y las vías de ganar dinero, pues al ocurrir algún fenómeno que desanime la visita de turistas, como enfermedades, política, desastres naturales y otros, no habría ingresos.

### **2.2.2. Epistemología de turismo sostenible**

Según Snap (2018) posee un enfoque de sistema en el marco del Ecuador, al existir subsistemas para la conservación tanto a nivel estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado de los objetivos declarados a alcanzar resultan el proteger ecosistemas, brindar la debida protección de especies endémicas en peligro de extinción, conocer del manejo de espacios naturales que contribuyan a la manifestación de culturas y de conocimientos tradicionales, brindar bienes y servicios ambientales de manera sustentable.

Entre otros programas se citan de apoyo a la conservación biológica de la diversidad, las bases de vida de la población en áreas priorizadas y la sostenibilidad; la delimitación física y desarrollo de turismo sostenible orientado a la construcción de infraestructura; donde logra direccionar la capacitación profesional de los diversos actores involucrados.

## **2.3. Estado del arte**

### **2.3.1. Variable Independiente: Agroturismo**

Es el turismo resulta canal de acceso a la cultura y sociedad en diferentes contextos y destinos, donde el componente cultural, unido al afán de saberes y curiosidad humana, motiva al ser humano ante lo diferente o exótico.

De tal manera, el “agroturismo se relaciona con aquel turismo que busca introducir al visitante en una experiencia integral sobre la vida rural, evidenciando actividades cotidianas del medio rural complementadas con características intrínsecas propias de los espacios” (Flores y Ríos, 2021, p.9). Entonces, se comprende la actividad que interviene con un entorno rural como comunidades pequeñas, sujeta al contacto con la naturaleza como campos e incluso montes, donde se revaloriza el patrimonio natural y cultural, mientras se fomenta el asociativismo con otras personas.

Desde la perspectiva del agroturismo nace la conciencia ambiental y social por parte de los turistas, al brindar respuestas a los problemas ecológicos más frecuentes y ello aporta a la subsistencia agrícola. De tal manera, afirma Galán y otros, (2019), el agroturismo asume estrategias de desarrollo local, donde los pequeños agricultores se revelan además en calidad de gestores y operadores de las actividades turísticas.

Para los fines de la presente investigación, se adopta el enfoque de Montijn y Carré (2005), al ubicar el agroturismo como un turismo en tendencia rural, caracterizada por la participación activa del turista, sean en las actividades productivas, académicas, de ocio o participativas.

### **2.3.2. Variable dependiente: Turismo Sostenible**

Del turismo sostenible, Moreno, Ziritt y Silva (2019) aseveran agrupa una nueva ética del turismo y del turista, donde impera la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las localidades receptoras. Tal modalidad turística, provee de muchos beneficios para todos los actores involucrados en el sector.

Es posible afirmar que, el turismo sostenible alcanza su máximo impacto a través de los recursos medioambientales, sociales y culturales, así es garantizado el crecimiento local con nuevas oportunidades para minimizar la pobreza.

Consideran Saeteros, Da Silva y Flores (2019), el turismo sustentable ha de satisfacer las expectativas a los turistas y representar experiencia de concientización de y fomentar prácticas agrícolas sostenibles, por ello, el turismo sustentable ha de optimizar el uso de los recursos ambientales para el turismo sostenible ha de conservar los procesos ecológicos, manteniendo la diversidad biológica; respeto de la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y valores tradicionales, propiciando entendimiento.

El término del turismo sostenible se acuña desde 2017, declarado por ONU como el Año Internacional del Turismo Sostenible, capaz de contribuir a las tres dimensiones del desarrollo sostenible ambiental, social y económica, y tuvo el propósito de gestar cambio en las políticas, las prácticas de empresa y el comportamiento de los consumidores para promover un sector turístico más sostenible (UNWTO, 2017).

## **2.4. Bases teóricas**

### **2.4.1. Bases teóricas de la variable independiente: Agroturismo Emprendimiento Rural**

Se refiere a las ideas, los valores y el entorno social, que pueden estimular o limitar el emprendimiento individual. La cultura impone ciertos estándares de comportamiento, que son los valores y opiniones de la manifestación de la comunidad local. El nivel de emprendimiento de los habitantes del sector rural depende no solo de las condiciones legales, institucionales y financieras, sino también de los factores sociales y culturales (Freire, Peralta y Tigrero, 2019).

Del indicador, *ideas y valores* el desarrollo económico y sociocultural en el emprendimiento rural, son disímiles y variadas las ideas de desarrollo del agroturismo. Más estas ideas han de estar acompañadas de un valor ambiental y de protección del entorno. Significa que, las buenas ideas de acometer nuevos emprendimientos están

ligada al planteamiento de los valores que garanticen un turismo sostenible (Jurado-Paz, 2022; Freire et al, 2019).

En cuanto a los *estándares de comportamiento*, la actuación el turista en emprendimientos turísticos rurales obedece a los enfoques y exigencias de la comunidad. Así, de las medidas de protección y cuidado, el amor a la naturaleza y la agricultura. Todo ello, estrechamente ligado al enfoque del turismo sostenible comunitario, solo entonces, el turista concientiza su responsabilidad y actitud. (Galindo-Aguirre et al, 2020).

Ya, del *indicador comunidad local*, la teoría de recursos y capacidades provee de las herramientas a los emprendimientos rurales como es el agroturismo. Ello no se limita sólo al ámbito empresarial, sino que por el contrario se pueden comprender al contexto de la comunidad en la mejora de la planeación, control, y consecución de metas y objetivos. (Lucas et al, 2019).

### **Servicio Turístico**

Los servicios turísticos son el conjunto de actividades relacionadas en forma armónica y coordinada con el objeto de responder exigencias de los servicios planteados por la composición socioeconómica durante el desarrollo de cualquier actividad turística; esta va de la mano con las interacciones humanas como transporte, hospedaje, recreación, como elementos esenciales de motivación para el desplazamiento de los turistas. (Betiana, 2018).

Del *indicador transporte* es un eslabón clave en la cadena del servicio turístico, y en especial a emprendimientos rurales. La garantía de la movilidad y el estado de caminos, carreteras influyen en la repitencia del cliente y su afán por visitar la comunidad que oferta el Agroturismo como modalidad turística. Entonces, no basta con el análisis

endógeno comunitario, sino de los factores exógenos como es el transporte para la sostenibilidad turística (Pinos, 2018).

Asociado al *indicador hospedaje* sobre la identificación de las aptitudes turísticas y que contribuyen al desarrollo del proyecto, la comunidad ha de generar alternativas económicas que mejoren la calidad de vida del turista visitante y sus actores en el desarrollo de la actividad agroturística, también logra repercutir a los hogares propios de los habitantes debidamente equipados para atender los visitantes. (Guevara, 2019).

Por último, *del indicador recreación* implícito complementa el interés del turista visitante. Los atractivos naturales y diversas opciones culturales comunitarias han de conjugarse como un paquete de oferta integral, donde cultura, preservación, conocimiento, ocio, complementen el eje principal del agroturismo. (Oliveira, 2016).

### **Actividades Agropecuarias**

Sobre la base de una agricultura ecológica, técnica y repleta de las mejores prácticas agrícolas y agropecuarias. Tanto la atención de los cultivos como de los animales y el ganado exigen de la cultura comunitaria y el respeto por las maneras de trabajar. De tal manera, el visitante se motiva a participar reconociendo la sabiduría ancestral y la adopción de las técnicas actuales. (Aguinda, 2021).

De sus *indicadores intrínsecamente asociados producción, distribución, comercialización, cultivos y agricultura*, han de corresponder a la lógica del enfoque de sostenibilidad ambiental ante el reto del agroturismo y el turismo sostenible. Ello es, la coherencia de producciones sanas, distribución equitativa a nivel comunitario, comercialización de excedentes, atención y cultura a cultivos, unidos al enfoque Agroecológico, componen un enfoque sistémico que efectivamente responden a la modalidad del Agroturismo desde la visión del turismo sostenible. de otra manera,

aparecen discrepancias, dudas y preguntas entre visitantes y comunitarios complejas de responder (Bravo y Zambrano, 2017)

### **Experiencia Vivencial**

Finalmente, de la experiencia o aprendizaje vivencial, resulta aprendizaje significativo través de la acción, es decir, en el propio acto de vivir. Se aleja del concepto clásico o más tradicional del aprendizaje, aquel más mecánico, que implica la memorización de conceptos Ruiz (2022).

De su *indicador aprendizaje*, nace en el seno de la comunidad con acción participativa e integrada de todos los miembros y sectores locales, donde la importancia de la educación ambiental para el desarrollo del agroturismo comunitario con carácter integrado y participativo de todos los actores y la comunidad, consiste en la observación, visitas de campo y aprendizaje vivencial para el fortalecimiento de los conocimientos en los niños en la transmisión de los valores de identidad de este espacio turístico en la familia y la comunidad. (Salas et al, 2018).

En cuanto al *indicador de acción*, imprime la impronta de actuar más desde una estrategia preconcebida en materia, en el caso de la presente investigación, del agroturismo. Entonces, el *indicador aprendizaje*, condiciona a este indicador acción. Ello es, actuar bajo un esquema de trabajo que responda el agroturismo a las exigencias del turismo sostenible (Terán, 2021).

#### **2.4.2. Bases teóricas de la variable dependiente: Turismo sostenible**

##### **Actividades Turísticas**

Las actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo, ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una

serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar. (Gobierno de Canarias, 2021).

Respecto al *indicador de ocio* se destaca el abordaje del “ocio sostenible” que engloba actividades recreativas, deportivas o culturales con una trascendencia ambiental, económica o social. Los expertos aseguran que este tipo de ocio promueve la circularidad y reduce la exclusión (BBVA, 2023).

Del *indicador productos*, según la definición de la OMT, un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, y culturales, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. (OMT, s/f, p.1)

En cuanto al *indicador servicios*, son el conjunto de actividades y utilidades que un destino turístico ofrece para satisfacer la demanda de los turistas. Entre los servicios más esenciales, están: alojamiento, alimentación, transporte y guía. (CEUPE, 2022).

Por último, *el indicador actividades*, la actividad turística abarca el desarrollo de sectores como la hostelería, el transporte de pasajeros, las agencias de viaje, el ocio, la restauración, entre otras áreas que reciben inversiones tanto del sector público como del sector privado (OSTELEA, s/f).

## **Impacto social**

Del impacto social, asumido como “valoración de los resultados de la aplicación de una acción en un grupo, que indaga en todo tipo de efectos, tanto los buscados, de acuerdo con los objetivos de la acción, como otros no planificados.” (Liberta, 2018, p.11).

Del *indicador relaciones personales*, el significado es amplio y varía de persona a persona y se refieren a conexiones cercanas entre personas, formadas por vínculos e interacciones emocionales. Estos lazos a menudo crecen y se fortalecen a partir de experiencias mutuas. Las relaciones no son estáticas; están en constante evolución, y para disfrutarlos y beneficiarnos plenamente de ellas necesitamos habilidades, información, inspiración, práctica y apoyo social. (Clínica NuevoSer, 2022).

En cuanto al *indicador calidad de vida*, definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella. Define en términos de satisfacción de necesidades en las esferas física, psicológica, social, de actividades, material y estructural. (Urzúa y Caqueo-Urizar, 2012)

### **Impacto Económico**

Del impacto económico del turismo, a la medida de los beneficios y, también de los costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad. El turismo tiene la capacidad de ayudar a conseguir el equilibrio de las cuentas exteriores por su aportación a los ingresos de la balanza de pagos; desde el punto de vista de la demanda, se considera al turismo como un determinante del déficit exterior. (Carvajal, 2020).

Del indicador *beneficios*, al hacer accesible el turismo a todas las personas, se fomenta la inclusión de diferentes culturas y se promueve el respeto por la diversidad cultural. Viajar a diferentes lugares, permite que las personas puedan aprender sobre las costumbres y tradiciones de otras culturas y enriquecer su propia visión del mundo (IEBS,2023).

En cuanto al *indicador oferta*. Esto significa que la oferta turística incluye todo lo que se puede utilizar para satisfacer la demanda turística: clima, paisaje, hoteles, restaurantes, instalaciones de entretenimiento, etc. (CEUPE, s/f)

Por último, del *indicador ingresos*, los ingresos procedentes del turismo se generan como resultado de los gastos de los turistas, que se definen como el monto total de los ingresos de consumo en que incurre un visitante durante su viaje y su estancia en el destino (CEUPE, S/F)

### **Impacto Ambiental**

Por último, y referido al impacto ambiental, los recursos naturales deberán estar sujeto a los tres ejes de la sostenibilidad, siendo estos ambientales, sociales y económicos, que, manteniendo así un comportamiento amigable con el medio ambiente, (Lastra y Cabanilla, 2019)

Del *indicador sostenibilidad*, lo que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias. (ONU, 1987)

Por otro lado, el *indicador medio ambiente*, es el entorno que afecta a los seres vivos y que condiciona sus circunstancias vitales. Las condiciones (físicas, económicas, culturales, etc.) de un lugar, un grupo o una época. Condiciones o circunstancias físicas, humanas, sociales, culturales, etc., que rodean a las personas, animales o cosas (UDELAR, 2014).

Finalmente, el *indicador recursos* hacen hincapié al medio ambiente, por lo tanto, son aquellos factores que existen en la naturaleza. Pueden ser bióticos (organismos vivos) o abióticos (sin vida, que están en el hábitat en el cual interactúan los seres vivos). A su vez, se dividen en renovables y no renovables. (Almaral, 2023)

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3. Metodología**

#### **3.1. Diseño, nivel y tipo de investigación**

##### **3.1.1. Diseño de investigación**

##### **Investigación transversal**

En cuanto a declarar lo transversal en la presente investigación, son estudios que recolectan datos en un solo momento definido, lo que nos ayuda a evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto, que en otras palabras serían una población y muestra ya definidas.” (Ayala, 2021).

Es esta investigación es de diseño transversal, puesto que se ejecutó en un momento determinado y no en un plazo de largo del tiempo, por lo tanto, se gestionan y recolectan los datos aplicando los instrumentos diseñados a los turistas visitantes y técnicos públicos del MAGAP de la parroquia de Píntag, en un solo momento y así lograr interrelacionar ambas variables.

##### **Exploratorio**

Según Supo (2022) la investigación exploratoria define que el acontecimiento, hecho o suceso de estudio debe plantearse de manera desarrollada una vez que se logra observarlo, con el fin de encontrar el problema caracterizado.

Se fundamenta del nivel exploratorio, porque permite averiguar las particularidades del problema e investigar los sucesos que se desconocen en la comunidad, y enfoque de agroturismo para finalmente establecer mediante una búsqueda meticulosa las causas que origina la problemática del presente trabajo de investigación.

## **Descriptivo**

“La investigación descriptiva particularmente interviene en la caracterización de rasgos característicos de una comunidad examinada”. (Hernández Sampieri et al,2014, pág. 92).

Por el cual es de nivel descriptivo, ya que, describe las particularidades y los detalles de la investigación para obtener información coherente de manera mesurada y lógica. Por ende, para determinar la situación actual de la comunidad de Tolóntag también se adoptará la descripción de los resultados recabados de las encuestas aplicadas.

Además, esta investigación se inició con el árbol de problemas, la matriz de operacionalización de variables indicando las variables, dimensiones e indicadores; la matriz de consistencia, en donde, se recolecto y analizo una serie de conceptos, y definiciones, el cual se encuentra explícito en el marco teórico de la investigación.

### **3.1.2. Tipos de investigación**

#### **Cualitativo y cuantitativo**

Bajo el enfoque cuantitativo Hernández, et la (2010) menciona que, al recolectar y analizar datos relacionados con las preguntas de investigación, validar hipótesis ya establecidas, y así establecer patrones de comportamiento poblacional. La investigación cualitativa, por su parte describe los paradigmas sociales de cada persona, así como la concepción de los problemas. (Ramos ,2017)

En términos del tipo cualitativo comprenderemos que la investigación se centra en la recopilación de información fundamentada a través de los criterios, manifestaciones y características no numéricas de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag.

Por otro lado, el tipo cuantitativo de esta investigación aborda herramientas y técnicas estadísticas cuantificadas para un mejor juicio de razón del fenómeno de estudio,

por ello, en este apartado se hará hincapié a la extracción de los datos obtenidos mediante las encuestas aplicadas y posteriormente a la comprobación de hipótesis.

### **Investigación de campo**

La investigación de campo, según Rus (2021), en la comunidad agropecuaria es el grado de asociación entre las variables. Según Álvarez, et al (2018), describe los componentes de las variables que permiten su asociación en el desarrollo del agroturismo.

Por lo tanto, la investigación de campo permite aquellas visitas en donde están ocurriendo los hechos, lo que, es óptimo para obtener datos reales y verídicos que buscan únicamente ampliar los conocimientos necesarios de las variables en cuestión, es decir, la exploración de verdades del agroturismo y el turismo sostenible se llevara a cabo en la comunidad de Tolóntag.

### **Investigación documental**

Se declara la investigación tipo documental, la cual “es importante la información que se recoge en documentos, como fuente o referencia en cualquier momento o lugar. Se especifica por el empleo predominante de registros, figuras como fuente de información” (Cázares, 2009, p. 35).

Por lo tanto, esta investigación es de diseño documental, ya que, nos permite el análisis y síntesis correspondientes de fuentes informativas de apoyo en el marco teórico, con el fin de fundamentar los contenidos, basados en: contenidos de libros, tesis, sitios web, artículos científicos, revistas científicas, monografías, así como los trabajos y antecedentes que cimentan al agroturismo y turismo sostenible.

### 3.2. Unidad de análisis

a) **Variable independiente Agroturismo:** como unidad de análisis se tomó en consideración a los visitantes que ingresan a la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito.

#### **Dimensiones:**

- Emprendimiento rural
- Servicios turísticos
- Actividades agropecuarias
- Experiencia vivencial

b) **Variable dependiente Turismo Sostenible:** como unidad de análisis se tomó en consideración a los técnicos del Ministerio de la Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP, de ahora en adelante), parroquia Píntag, cantón Quito.

#### **Dimensiones:**

- Actividades turísticas
- Impacto social
- Impacto económico
- Impacto ambiental

### 3.3. Población de estudio y selección de la muestra

a) **Variable independiente: Agroturismo**

La población en esta investigación es de 168 turistas que visitan a la comunidad de Tolóntag, dato por el cuál fue proporcionado a través de un registro de ingreso que maneja el directorio de agua de la comunidad. Se utiliza la Ley de Pareto para realizar un análisis y mostrar la relación 80/20, que permite identificar los elementos mínimos 20% de ellos que, al resolverlos impactarán positivamente en un 80% de los resultados.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

**Donde:**

- **N**= Población: 168
- **E**= margen de error admisible (5%): 0,05
- **E<sup>2</sup>**= Elevado a la potencia 2 (es decir que el margen de error se eleva al cuadrado)
- **n**= Tamaño de la muestra
- **Z**= Nivel de Confianza deseado: 1,96
- **p**= Proporción de la población: 0,8
- **q** = Probabilidad de fracaso: 0,2

**Sustituyendo y calculando:**

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,80) * (0,20) * (168)}{(168) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,80) * (0,20)}$$

$$n = 118$$

**b) Variable independiente: Turismo sostenible.**

En cuanto a la variable dependiente del turismo sostenible y la muestra de los técnicos MAGAP, son 9 los actores directos encargados de la gestión turística, por lo que se adopta muestreo deliberado o por juicio.

### 3.4. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 1. Matriz Operacionalización variable independiente

Variable	Definición	Dimensiones o categorías	Definición	Indicadores
<b>Variable Independiente</b> <b>Agroturismo</b>	“El Agroturismo se relacionada con aquel turismo que busca introducir al visitante en una experiencia integral sobre la vida rural, evidenciando actividades cotidianas del medio rural complementadas con características intrínsecas propias de los espacios”. (Flores & Ríos, 2021)	1. Emprendimiento Rural	1. El emprendimiento rural, se refiere a las ideas, los valores y el entorno social, que pueden estimular o limitar el emprendimiento individual. La cultura impone ciertos estándares de comportamiento, que son los valores y opiniones de la manifestación de la comunidad local. (Freire, Peralta, & Tigrero, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideas y valores</li> <li>• Estándares de comportamiento</li> <li>• Comunidad local</li> </ul>
	El agroturismo contribuye al desarrollo local por dinamizarse la actividad productiva no sólo en términos de servicios turísticos, también en actividades agropecuarias como esencia de la prestación del servicio en sí, esto conlleva al crecimiento de la oferta en todas sus magnitudes, sin dejar de lado los servicios complementarios que hacen posible la actividad. (Segura, Nazareno, & Sánchez, 2021)	2. Servicios Turísticos	2. Los servicios turísticos son el conjunto de actividades relacionadas en forma armónica esta va de la mano con las interacciones humanas como transporte, hospedaje, recreación, como elementos esenciales de motivación para el desplazamiento de los turistas. (Betiana, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte</li> <li>• Hospedaje</li> <li>• Recreación</li> </ul>
	“El agroturismo es un emprendimiento sostenible de perfil familiar que consiste en el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles en un sector con el objetivo de cautivar turistas nacionales y extranjeros, así como atraer nuevas oportunidades de negocio” (Burbano, Vite, & Carvajal, 2020)	3. Actividades Agropecuarias	3. Tanto la atención de los cultivos como de los animales y el ganado exigen de la cultura comunitaria y el respeto por las maneras de trabajar. De tal manera, el visitante se motiva a participar reconociendo la sabiduría ancestral y la adopción de las técnicas actuales (Aguinda, 2021).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción</li> <li>• Distribución</li> <li>• Comercialización</li> <li>• Cultivos</li> <li>• Agricultura</li> </ul>
		4. Experiencia vivencial	4. El aprendizaje vivencial es aquel aprendizaje significativo que se consigue a través de la acción, es decir, en el propio acto de vivir. (Ruiz, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprendizaje</li> <li>• Acción</li> </ul>

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 2.** Matriz operacionalización variable dependiente

Variable	Definición	Dimensiones o categorías	Definición	Indicadores
<b>Variable Dependiente</b> <b>Turismo sostenible</b>	“El Turismo Sostenible agrupa una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las localidades receptoras. A la vez que trae muchos beneficios para todos los agentes concernidos con el sector”. (Moreno, Ziritt, & Silva, 2019)	1. Actividades turísticas	1. Las actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar. (Gobierno de Canarias, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocio</li> <li>• Productos</li> <li>• Servicios</li> <li>• Actividades</li> </ul>
	Por su concepto, el turismo sostenible reduce la degradación del ambiente generado por los impactos de la actividad turística sobre los recursos ecológicos y culturales, a través de la planificación y participación de la población local y aplicando una visión a largo plazo, motivando el consumo sostenible de los recursos presentes en el territorio a partir de los tres pilares de la sostenibilidad: ambiental, social-cultural y económico. (Kapera, 2018)	2. Impacto Social	2. Del impacto social, asumido como “valoración de los resultados de la aplicación de una acción en un grupo, que indaga en todo tipo de efectos, tanto los buscados, de acuerdo con los objetivos de la acción, como otros no planificados.” (Liberta, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones personales</li> <li>• Calidad de vida</li> </ul>
	El turismo sostenible puede generar puestos de trabajo e ingresos por lo que es un incentivo para preservar las zonas naturales. También puede servir para despertar la conciencia del público respecto a la multitud de productos y servicios que proporcionan los ecosistemas naturales y los recursos biológicos y el respeto a los conocimientos y prácticas tradicionales. Queda claro que el turismo sostenible tiene el potencial de reconciliar las inquietudes económicas y de medio ambiente y de dar un significado práctico al desarrollo sostenible. (Plua, 2020)	3. Impacto Económico	3. Se entiende por impacto económico del turismo a la medida de los beneficios generados por el desarrollo de esta actividad. Desde el punto de vista de la oferta, el turismo tiene la capacidad de ayudar a conseguir el equilibrio de las cuentas exteriores por su aportación a los ingresos de la balanza de pagos. (Carvajal, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios</li> <li>• Oferta</li> <li>• Ingresos</li> </ul>
		4. Impacto Ambiental	4. Por último, y referido al impacto ambiental, los recursos naturales deberán estar sujeto a los tres ejes de la sostenibilidad, siendo estos ambientales, sociales y económicos, que, manteniendo así un comportamiento amigable con el medio ambiente, (Lastra y Cabanilla, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sostenibilidad</li> <li>• Medio ambiente</li> <li>• Recursos</li> </ul>

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

### 3.5. Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables/dimensiones
<p><b>General</b> ¿Cómo influye el agroturismo en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo influye el emprendimiento rural en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?</li> <li>• ¿Cómo influyen los servicios turísticos en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?</li> <li>• ¿Cómo influyen las actividades agropecuarias en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?</li> <li>• ¿Cómo influye la experiencia vivencial en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha?</li> </ul>	<p><b>General</b> Analizar la influencia del agroturismo en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la influencia del emprendimiento rural en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha</li> <li>• Analizar la influencia de los servicios turísticos en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha</li> <li>• Analizar la influencia de las actividades agropecuarias en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha</li> <li>• Analizar la influencia de la experiencia vivencial en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.</li> </ul>	<p><b>General</b> El agroturismo influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El emprendimiento rural influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.</li> <li>• Los servicios turísticos influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.</li> <li>• Las actividades agropecuarias influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.</li> <li>• La experiencia vivencial influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.</li> </ul>	<p><b>Variable independiente</b> Agroturismo</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento rural</li> <li>• Servicios turísticos</li> <li>• Actividades agropecuarias</li> <li>• Experiencia vivencial</li> </ul> <p><b>Variable dependiente</b> Turismo sostenible</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades turísticas</li> <li>• Impacto social</li> <li>• Impacto económico</li> <li>• Impacto ambiental</li> </ul>

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

### 3.6. Técnicas e instrumentos de investigación

#### 3.6.1. Técnicas de recolección de datos

**Encuesta:** Se aplicaron dos encuestas, una para los visitantes a la comunidad Tolóntag (variable independiente: agroturismo), y la segunda para los técnicos públicos del MAGAP (variable dependiente: turismo sostenible).

#### 3.6.2. Instrumentos

**Cuestionario:** Cada cuestionario es evaluado con la escala de Likert con la siguiente fundamentación:

- 1=Muy en desacuerdo
- 2= En desacuerdo
- 3=Imparcial
- 4=De acuerdo
- 5=Muy de acuerdo.

Una vez aplicadas las encuestas, los datos obtenidos son procesados mediante tablas y gráficos dinámicos del paquete estadístico SPSS-25.

### 3.7. Validación de los instrumentos

#### 3.7.1. Validación de expertos

Los instrumentos se validaron por cuatro docentes de la institución, denominados como expertos de la investigación, los cuales permiten realizar un análisis mediante su formación académica y conocimiento del tema, haciendo que las encuestas sean eficientes

**Tabla 4.** Validación de expertos

Nro.	Nombre y Apellido del Experto	Cargo
1	Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez	Docente carrera de Turismo
2	Mgs. Luis Alberto Quevedo Baez	Docente carrera de Turismo
3	Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández	Docente carrera de Turismo
4	Mgs. Héctor Germán Pacheco Sanunga	Docente carrera de Turismo

**Fuente:** Docentes UNACH

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

### 3.8. Confiabilidad de los instrumentos

Mediante la determinación de la consistencia, la cual es el grado de correlación existente entre todos los ítems que pertenecen a una misma escala y miden el constructo del cuestionario, además, para una mayor fiabilidad de los instrumentos esta debe ser mayor o igual a 0.70. Se asumen los criterios de Betancourt (2018, pág 160), donde:

**Tabla 5.** Criterio del alfa de Cronbach

<b>Coefficiente</b>	<b>Criterio</b>
Coeficiente alfa > 9	Excelente
Coeficiente alfa >8	Bueno
Coeficiente alfa >7	Aceptable
Coeficiente alfa >6	Cuestionable
Coeficiente alfa >5	Pobre
Coeficiente alfa < 5	Inaceptable

**Fuente:** Betancourt (2018, pág 160)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

#### 3.8.1. Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable independiente

**Tabla 6.** Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente: Agroturismo

<b>Estadísticas de fiabilidad.</b>	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.844	30

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

Mediante el Alfa de Cronbach se ha determinado el resultado de 0.844, determinándose en rango Bueno de aceptación.

#### 3.8.2. Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable dependiente

**Tabla 7.** Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente: Turismo sostenible

<b>Estadísticas de fiabilidad.</b>	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.860	23

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

Mediante el Alfa de Cronbach se ha determinado el resultado de 0.860 determinándose en rango Bueno de aceptación.

### **3.9. Métodos del análisis**

Se adopta el método de análisis de las tablas y gráficos dinámicos donde los criterios desde el enfoque de sexo, edad e instrucción son interpretados. Al mismo tiempo se adiciona el análisis estadístico descriptivo a los criterios de los turistas visitantes, mediando paquete estadístico SPSS-25, por último, el análisis de las distribuciones precisó a la decisión de la técnica estadística de relación como es el Chi Cuadrado en el análisis inferencial.

## CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSION

### 4. Resultados y discusión

#### 4.1. Análisis de los resultados de la variable independiente: Agroturismo

*Tabla 8.* Análisis de los resultados de la variable independiente: Agroturismo

N°	Pregunta	Interpretación
<b>Información general</b>		
A	Género	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 59,32% denotan que pertenecen al género femenino, mientras que, el 40,68% hace hincapié al género masculino. Se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas corresponden al género femenino con el 56,32%.
B	Edad	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 29,66% abordan una edad de 31-41 años, el 27,12% oscila entre 26-33 años, el 23,73% tienen 42-29 años y el 5,93% mantienen más de 50 años. Se concluye que el rango de edad entre 31-41 años de edad poseen un nivel alto del 29,66%.
.C	Nivel de Instrucción	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 46,61% tienen un nivel técnico/tecnológico, un 34,75% tienen un tercer nivel, un 13,56% pertenecen a un nivel de secundaria y un 5,08% mantienen un cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje de encuestados representa a un nivel de instrucción técnico/tecnológico con el 46,61%.
<b>Información específica</b>		
<b>1.Emprendimiento rural</b>		
1.1	Los emprendimientos generados por las asociaciones locales tienen una alta incidencia en el desarrollo del agroturismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 33,90% están de acuerdo, mientras que el 33,05% se encuentra imparcial, el 22,88% está en desacuerdo y el 10,17% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 33,90% está de acuerdo con la incidencia agroturística generada por los emprendimientos locales.
1.2	Existe apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de emprendimientos agroturísticos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 19,49% están de acuerdo, el 39,83% se encuentra imparcial, el 33,90% está en desacuerdo y 6,78% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 33,90% está en desacuerdo con el apoyo técnico y económico de las instituciones gubernamentales en los emprendimientos agroturísticos.
1.3	Los emprendimientos agroturísticos pueden convertirse en una fuente de ingresos económicos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 18,64% están muy de acuerdo, mientras que el 67,80% se encuentra de acuerdo y 13,56% está imparcial. Se concluye que el 67,80% está de acuerdo que los emprendimientos agroturísticos son la principal fuente de ingresos económico.
1.4	Los emprendimientos agroturísticos logran fomentar el valor del patrimonio natural y cultural de la localidad	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 38,14% están muy de acuerdo, mientras que el 61,86% restante se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 38,14% está muy de acuerdo con el valor del patrimonio natural y cultural que brinda el emprendimiento agroturístico.

1.5	Existe capacitación frecuente al personal en emprendimientos agroturísticos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 9,32% están de acuerdo, el 6,78% se encuentra imparcial, el 66,95% está en desacuerdo y 16,95% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 66,95% está en desacuerdo con la existencia de las capacitaciones del personal en los emprendimientos agroturísticos.
1.6	La comunidad local mantiene un excelente vínculo con proveedores de insumos para el agroturismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 16,10% están imparciales, el 57,63% se encuentra en desacuerdo y 26,27% está muy en desacuerdo. Se concluye que 57,63% se encuentra en desacuerdo con el vínculo de proveedores del agroturismo local.
1.7	Las relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad local son óptimas para ejecutar proyectos de agroturismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 11,02% están muy de acuerdo, el 55,08% se encuentra de acuerdo y 33,90% está imparcial. Se concluye que el 55,08% se encuentra de acuerdo con las relaciones interpersonales de los pobladores en cuanto a la ejecución de proyectos agroturísticos.
1.8	Los habitantes de la comunidad demuestran un excelente estándar de comportamiento frente a los turistas que visitan la comunidad.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 16,10% están de acuerdo, el 52,54% se encuentra de acuerdo, el 4,24% está imparcial y el 27,12% está en desacuerdo. Se concluye que el 52,54% está de acuerdo con el estándar de comportamiento de los habitantes frente a los turistas.
1.9	Existe capacitación en estándares de comportamiento, destrezas, habilidades comunicacionales en turismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 17,80% están imparciales, el 48,31% se encuentra en desacuerdo y el 33,90% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 48,31% está en desacuerdo con la capacitación de comportamientos, destrezas y habilidades comunicacionales de los habitantes.
<b>2. Servicios Turísticos</b>		
2.1	Ineficiente plan de promoción de los servicios turísticos que oferta la comunidad.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 18,64% está muy acuerdo, el 52,54% se encuentra de acuerdo y el 28,81% está imparcial. Se concluye que 52,54% está de acuerdo con el ineficiente plan de promoción de los servicios turísticos ofertados por la comunidad.
2.2	Los servicios turísticos ofertados en la comunidad logran satisfacer las expectativas del turista.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 12,71% está de acuerdo, el 21,12% se encuentra imparcial, el 41,53% y el 18,64% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 41,53% está en desacuerdo con la satisfacción de los servicios turísticos que oferta la comunidad.
2.3	Se precisa de mayor asesoría técnica, capacitaciones, para mejorar los servicios turísticos y su calidad.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 21,19% están muy de acuerdo, el 62,71% se encuentra de acuerdo, el 8,47% está imparcial y el 7,63% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 62,71% está de acuerdo con la asesoría técnica y capacitación de la calidad en los servicios turísticos.
2.4	Las rutas de transporte son suficientes para movilizarse hacia la comunidad.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 11,02% está muy de acuerdo, el 3,39% se encuentra imparcial, el 68,64% está muy en desacuerdo y el 16,95% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 68,64% está en desacuerdo con las suficientes rutas de transportes dentro de la comunidad.
2.5	Los habitantes de la comunidad están capacitados en temáticas de servicio y calidad para un óptimo hospedaje en sus viviendas.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 36,44% está muy de acuerdo, el 0,85% se encuentra imparcial y el 62,71% está en desacuerdo. Se concluye que el 62,71% está en desacuerdo con las capacitaciones en temáticas de servicio y calidad de sus viviendas.

2.5	Los turistas reciben una correcta información acerca de todos los servicios turísticos de recreación existentes en la comunidad.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 32,20% está de acuerdo, el 13,56% se encuentra imparcial, el 45,76% está en desacuerdo y el otro 8,47% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 45,76% está en desacuerdo con la información de los servicios turísticos de recreación existentes en la comunidad.
2.7	Los actuales servicios turísticos de recreación logran cumplir con las expectativas de los turistas.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 20,34% está de acuerdo, el 38,98% está en desacuerdo y el otro 20,34% está imparcial. Se concluye que el 38,98% está en desacuerdo con los actuales servicios turísticos de recreación, por lo tanto, no cumple la expectativa del turista.
<b>3. Actividades agropecuarias</b>		
3.1	Se trasmite el conocimiento familiar de técnicas agropecuarias como: siembra, cosecha, regadío, control y manejo de las plantas y producción pecuaria.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 37,29% están de acuerdo, el 51,69% se encuentra de acuerdo y 11,02% está en desacuerdo. Se concluye que el 51,69% está de acuerdo con la transmisión del conocimiento familiar y las técnicas agropecuarias y/o pecuarias.
3.2	La comunidad participa en un plan agroturístico, programas, proyectos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 72,03% está de acuerdo y el 27,97% se encuentra muy en desacuerdo. Se concluye que el 72,03% está de acuerdo en la participación de la comunidad en un plan agroturístico, programas y otros proyectos.
3.3	La comunidad tiene un alto nivel de conocimiento, sobre el manejo ancestral de los cultivos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 48,31% está muy de acuerdo, el 51,69% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 51,69% está de acuerdo con los conocimientos que mantiene la comunidad acerca del manejo ancestral de cultivos.
3.4	La producción agropecuaria de la comunidad tiene el suficiente abastecimiento de sus productos, garantizando seguridad alimentaria.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 77,12% está en desacuerdo y el 22,88% se encuentra muy en desacuerdo. Se concluye que el 77,12% está en desacuerdo que los productos agropecuarios de la comunidad no tienen suficiente abastecimiento.
3.5	Los productos agropecuarios ayudan a incrementar los ingresos económicos de la comunidad.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 17,80% están muy de acuerdo, el 58,47% se encuentra de acuerdo y 23,73% restante está en desacuerdo. Se concluye que el 58,47% está de acuerdo que el incremento de ingresos económicos es en base a los productos agropecuarios que se ofertan.
3.6	Los productos con una marca de la localidad logran motivar la visita de proyectos de agroturismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 9,32% son imparciales, el 61,86% se encuentra en desacuerdo y 28,81% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 61,86% está en desacuerdo que la marca de la localidad en los productos no trae visitas de proyectos agroturísticos.
3.7	Existe suficiente comercialización de productos y servicios generados en los proyectos de agroturismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 16,10% son imparciales, el 43,22% se encuentra en desacuerdo y 40,68% está muy en desacuerdo. Se concluye que el 43,22% está en desacuerdo que los proyectos agroturísticos no tienen la suficiente comercialización de sus productos y servicios.
3.8	Se involucra al visitante en actividades vivenciales agroturísticas de siembra de diferentes cultivos.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 33,90% están muy de acuerdo y el 66,10% se encuentra de acuerdo.

		Se concluye que el 66,10% está de acuerdo con el involucramiento de los turistas en las actividades vivenciales agroturísticas de la siembra.
3.9	El cultivo de productos orgánicos es una oportunidad para el desarrollo del agroturismo.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 59,32% están muy de acuerdo, el 40,68% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 59,32% está muy de acuerdo que el cultivo de productos orgánicos mejora el desarrollo del agroturismo.

#### 4. Experiencia vivencial

4.1	Es importante capacitarse en interpretación de actividades agroturísticas como: siembra y cosecha de cultivos, alimentación, cuidado y manejo de animales.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 36,44% está muy de acuerdo, el 60,17% se encuentra de acuerdo y el 3,39% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 60,17% está de acuerdo que la capacitación e interpretación de actividades agroturísticas como siembra, cosecha y manejo de animales es importante.
4.2	Los servicios turísticos ofertados permiten participar a turistas en actividades agrícolas y pecuarias.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 15,25% están muy de acuerdo y el 84,75% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 84,75% está de acuerdo con los servicios turísticos ofertados de las actividades agrícolas y pecuarias.
4.3	La participación en la actividad agrícola y pecuaria fomenta la valorización del patrimonio natural y cultural.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 50,85% están muy de acuerdo y el 49,15% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 50,85% está muy de acuerdo que la participación de la actividad agrícola y pecuaria fomente la valorización del patrimonio natural y cultural.
4.4	Es prioritario planificar estrategias agroturísticas.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 64,41% están muy de acuerdo y el 35,59% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 64,41% está muy de acuerdo con priorizar la planificación de estrategias agroturísticas.
4.5	Es importante el gestionar financiamiento para ejecutar estrategias agroturísticas.	De acuerdo a los resultados obtenidos de las 118 personas encuestadas se puede observar que el 48,31% están muy de acuerdo y el 51,69% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 51,69% está muy de acuerdo con la gestión de financiamiento para las estrategias agroturísticas.

#### Información complementaria

C.1	¿Cuáles actividades agroturísticas desearía realizar en la comunidad?	De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el 56,78% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por la preparación del suelo, mientras que el 19,49% opta por la elaboración de productos, el 12,71% prefiere el ordeño y cuidado de animales y 11,02% restante elige la siembra y cosecha. Se concluye que el 56,78% prefiere realizar la preparación del suelo como una principal actividad agroturística al momento de su visita.
C.2	¿Cuáles son sus principales motivaciones que desearía realizar en el agroturismo?	53,39% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados a interactuar con la comunidad, mientras que el 18,64% opta por observar y conocer su forma de trabajo, así como mantener el contacto con la naturaleza, y el 9,32% restante elige conocer nuevas culturas y costumbres. Se concluye que el 53,39% prefiere la interacción con la comunidad como principal motivación al momento de su visita.
C.3	¿Desearía visitar el agroturismo de la comunidad con?	De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el 49,15% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por visitar el lugar solos, mientras que el 25,42% opta por ir con la familia, el 20,34% prefiere ir entre amigos y 5,08% restante elige visitar el lugar con su pareja. Se concluye que el 49,15% de las personas encuestadas prefiere viajar solo al momento de visitar la comunidad.

C.4	¿Cuánto tiempo es estancia en la comunidad de Tolóntag?	De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el 39,83% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por visitar el lugar por más de 4 días, mientras que el 34,74% opta por estar 3 días, el 17,80% prefiere estar por 2 días y 7,63% restante elige estar 1 día. Se concluye que el 39,83% prefiere visitar la comunidad por más de 4 días para una mayor experiencia en la zona rural.
C.5	¿Cuánto está dispuesto a pagar por día, incluyendo el hospedaje, alimentación y tour agroturístico en la comunidad de Tolóntag?	De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el 50,85% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por pagar un valor de más de 101 dólares, el 14,41% prefiere pagar entre 81-100 dólares, el 17,80% opta por pagar un valor de 61-80 dólares y el 16,95% restante elige pagar un valor de 40-60 dólares. Se concluye que el 50,85% está dispuesta a pagar un valor de más de 101 dólares por todos los servicios que la comunidad oferta, incluyendo el hospedaje, alimentación y el tour agroturístico.
C.6	¿Mediante qué medio prefiere obtener información acerca del agroturismo en la comunidad de Tolóntag?	De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el 52,54% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por buscar otros medios de difusión acerca del agroturismo en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 22,03% opta por las páginas web, el 17,80% prefiere las emisoras de radio y el 7,63% restante elige las redes sociales. Se concluye que el 52,54% prefieren obtener información acerca del agroturismo mediante otros canales informativos.

**Tabla 8. Análisis de resultados de la variable independiente: Agroturismo**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

## 4.2. Análisis de los resultados de la variable dependiente: Turismo sostenible

**Tabla 9.** Análisis de resultados de la variable dependiente: Turismo sostenible

Nº	Pregunta	Interpretación
<b>Información general</b>		
A	Género	De los 9 técnicos encuestados, los datos analizados indican la predominancia de mujeres con un 66,67%, mientras que los hombres abarcan un 33,33%. Podemos concluir que el mayor porcentaje de encuestados corresponde al género femenino con un 66,67.
B	Edad	De los 9 técnicos encuestados se observó que el 11,11% abordan una edad de 18-25 años, el 33,33% oscila entre 26-33 años, el 44,44% tienen 34-41 años y el 11,11% mantienen más de 50 años. Podemos concluir que el rango de edad de 26-33 posee un mayor porcentaje del 44,44%.
C	Nivel de Instrucción	De los 9 técnicos encuestados se observó que el 55,56% tienen un nivel técnico/tecnológico, un 22,22% tienen un tercer nivel y un 22,22% mantienen un cuarto nivel. Podemos concluir que el mayor porcentaje de encuestados representa un nivel técnico/tecnológico, por lo tanto, son expertos en el ámbito de la gestión turística.
<b>Información específica</b>		
<b>1.Actividades turísticas</b>		
1.1	Fortalecer técnicamente las actividades turísticas de la comunidad	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se encuentra de acuerdo y el otro 22,22% está muy en imparcial. Se concluye que el 33,33% de los técnicos están de acuerdo con las técnicas que se utilizan en las actividades turísticas.
1.2	Implementar prácticas de sostenibilidad para mejorar las actividades y los productos turísticos en la comunidad	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 55,56% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están muy de acuerdo que las prácticas de sostenibilidad mejoren las actividades y los productos turísticos.
1.3	El motivo de visita de los turistas es el entorno rural.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 11,11% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 55,56% se encuentra de acuerdo y el otro 33,33% está muy en imparcial. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están de acuerdo que la visita del turista sea el entorno natural.
1.4	Diseñar un plan de promoción para los productos turísticos de la comunidad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 44,44% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 55,56% se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 44,44% de los técnicos están muy de acuerdo con el diseño de un plan de promoción para los productos turísticos.
1.5	Los servicios turísticos y la agricultura como una actividad simultánea son un potencial económico para la comunidad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 66,67% restante se encuentra de acuerdo. Se concluye que el 33,33% de los técnicos están de acuerdo que los servicios turísticos y la agricultura sean una fuente potencial económica.
1.6	La agricultura puede aportar a los productos	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo y el 22,22% restante se encuentra imparcial.

	y servicios turísticos sostenibles.	Se concluye que el 33,33% de los técnicos están muy de acuerdo que la agricultura sea un aporte a los productos y servicios turísticos sostenibles.
1.7	La actividad agrícola puede generar más ingresos económicos si son utilizados como un atractivo turístico.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 55,56% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 33,33% se mantiene de acuerdo y el 11,11% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están muy de acuerdo con la actividad agrícola, puesto que así, genera más ingresos económicos.
1.8	La actividad agroturística sería factible económica, social y cultural, si se ejecuta en la comunidad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 55,56% se mantiene de acuerdo y el 11,11% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están de acuerdo que la actividad agroturística sea un principal factor económico, social y cultural,

## 2. Impacto social

2.1	Organizar eventos de sostenibilidad para mejorar de la economía local.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 44,44% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 22,22% se mantiene de acuerdo y el 33,33% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 44,44% de los técnicos están muy de acuerdo que la organización de eventos sostenibles mejore la economía local.
2.2	La participación ciudadana en las actividades de sostenibilidad turística.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 66,67% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 66,67% de los técnicos están muy de acuerdo con la participación ciudadana en las actividades de sostenibilidad turística.
2.3	Planificar procesos de vinculación con la sociedad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 44,44% de los técnicos del MAGAP se muestran de acuerdo, mientras que el 44,44% se mantiene imparcial y el 11,11% restante se encuentra en desacuerdo. Se concluye que el 44,44% de los técnicos están de acuerdo con la planificación de procesos de vinculación social.
2.4	Elevar la calidad de atención al cliente mejorando la relación personal con el visitante.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 77,78% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 22,22% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 77,78% de los técnicos están muy de acuerdo con la elevación de calidad frente a la atención del cliente.
2.5	Proyectos agroturísticos mejoran la calidad de vida de sus habitantes.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 22,22% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 55,56% se mantiene de acuerdo y el 22,22% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 55,56% de los técnicos se encuentran de acuerdo que los proyectos agroturísticos mejoran la calidad de vida de los habitantes.

## 3. Impacto ambiental

3.1	Realizar capacitaciones relacionadas con el medio ambiente.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 44,44% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo y de acuerdo, mientras que el 11,11% se mantiene imparcial. Se concluye que el 44,44% de los técnicos se encuentran muy de acuerdo y de acuerdo con las capacitaciones relacionadas al medio ambiente.
3.2	La preservación y conservación de los recursos naturales de la comunidad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 77,78% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 22,22% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 77,78% de los técnicos están muy de acuerdo con la preservación y conservación de los recursos naturales.
3.3	Recursos naturales aprovechados a través del turismo sostenible.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 55,56% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 33,33% se mantiene de acuerdo y el 11,11% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están muy de acuerdo que el turismo sostenible aproveche los recursos naturales.

3.4	El agroturismo permite enseñar sobre la sostenibilidad y sus beneficios.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 55,56% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están muy de acuerdo con el agroturismo y la enseñanza acerca de la sostenibilidad turística.
3.5	El turismo sostenible debería mantener un estrecho vínculo con el medio ambiente.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 88,89% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 11,11% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 88,89% de los técnicos están muy de acuerdo que el turismo sostenible mantenga un vínculo con el medio ambiente.

## 5. Impacto económico

4.1	La comercialización de los productos agropecuarios satisface las necesidades básicas.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP se muestran imparciales, mientras que el 66,67% se mantiene en desacuerdo. Se concluye que el 66,67% de los técnicos se mantienen imparciales con la comercialización de los productos agropecuarios.
4.2	El turismo sostenible puede convertirse en una fuente de crecimiento para la economía local.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 22,22% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo y el 33,33% restante se encuentra imparcial. Se concluye con 44,44% de los técnicos están de acuerdo que el turismo sostenible sea una fuente de crecimiento para la economía local.
4.3	Agroturismo genera crecimiento de empleo.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 22,22% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo y el 33,33% restante se encuentra imparcial. Se concluye que el 44,44% de los técnicos se mantienen imparciales con la generación de empleos en base al agroturismo en la comunidad de Tolóntag.
4.4	La actividad turística beneficia económicamente a la comunidad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 44,44% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 55,56% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están de acuerdo con el beneficio económico de las actividades turísticas.
4.5	Diversidad de oferta turística incrementa el flujo turístico a la comunidad.	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 55,56% de los técnicos del MAGAP se muestran muy de acuerdo, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo. Se concluye que el 55,56% de los técnicos están muy de acuerdo con la diversidad de oferta y flujo turístico en la comunidad.

## Información complementaria

c.1	¿Cuáles cree que serán los principales retos para el turismo sostenible dentro de la comunidad?	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 22,22% de los técnicos del MAGAP creen que el principal reto para el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag es la débil gestión turística, el 33,33% ha optado por la débil información agroturística, el 22,22% piensa que es la mala organización en la comunidad y el otro 22,22% restante elige la escasa economía. Se concluye que el 33,33% cree que el principal reto para el turismo sostenible dentro de la comunidad es la débil información agroturística.
c.2	¿Cree que las personas están aptas para llevar el total control y manejo de los recursos naturales?	Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 33,33% de los técnicos del MAGAP creen que las personas no están aptas para llevar el control y manejo de los recursos naturales en la comunidad de Tolóntag es la débil gestión turística, mientras que el 66,67%. Se concluye que el 66,67% cree que si están aptas para llevar el control y manejo de los recursos naturales en la comunidad de Tolóntag.
c.3	¿Qué acciones se debería tener a futuro para fortalecer el turismo sostenible?	Con las encuestas aplicadas se puede observar que 33,33% de los técnicos del MAGAP creen que la acción que se debería tomar a futuro para fortalecer el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag es la gestión para las organizaciones jurídicas, el 22,22% ha optado por el desarrollo de

		<p>promociones y marketing, el 22,22% piensa que son los equipos de trabajo adecuados y el otro 22,22% restante elige las capacitaciones constantes.</p> <p>Se concluye que 33,33% cree que la principal acción para fortalecer el turismo sostenible debería ser la gestión para las organizaciones jurídicas.</p>
c.4	¿Cómo lograría socializar a los habitantes de la comunidad para ampliar sus conocimientos en el tema abordado?	<p>Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 22,22% de los técnicos encuestados del MAGAP creen que la mejor manera para ampliar los conocimientos de los habitantes en la comunidad de Tolóntag es la salida de campo externa, el 33,33% ha optado por las salidas de campo internas, el 22,22% piensa que por programas y cursos prácticos y el otro 22,22% restante elige los programas y cursos virtuales.</p> <p>Se concluye que el 33,33% cree que la mejor manera para ampliar los conocimientos de los habitantes son las salidas de campo internas.</p>
c.5	¿Cree que la comunidad logre obtener beneficios que logren mejorar su economía local?	<p>Con las encuestas aplicadas se puede observar que el 44,44% de los técnicos del MAGAP creen que no se logre obtener los beneficios necesarios para mejorar la economía local de la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% piensan que si se logre obtener los beneficios necesarios para mejorar la economía local de la comunidad de Tolóntag.</p> <p>Se concluye que el 44,44% creen que si se logre obtener los beneficios necesarios para mejorar la economía local.</p>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

### 4.3. Comprobación de las hipótesis de investigación

#### 4.3.1. Hipótesis general

El agroturismo influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

##### a. Planteamiento de hipótesis

**H0:** El agroturismo no influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

**H1:** El agroturismo influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

##### b. Establecer nivel de significancia = 0,05

##### c. Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi Cuadrado

##### d. Lectura de $P_{valor}$ : 0,043

Tabla 10. Prueba de hipótesis general

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	48,000 <sup>a</sup>	42	,043
Razón de verosimilitud	30,186	42	,913
Asociación lineal por lineal	4,402	1	,036
N de casos válidos	9		

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

##### e. Decisión

Una vez aplicado el coeficiente del Chi Cuadrado, se puede evidenciar que la hipótesis general mantiene un valor de significancia de 0,043 menor que el error establecido de 0,05. Entonces, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se adopta la hipótesis alternativa (H1) donde: El Agroturismo influye en el Turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

### 4.3.2. Hipótesis específica 1

El emprendimiento rural influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### a. Planteamiento de hipótesis

**H0:** El emprendimiento rural no influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

**H1:** El emprendimiento rural influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

b. Establecer nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi Cuadrado

d. Lectura de  $P_{valor}$ : 0,017

Tabla 11. Prueba de hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,000 <sup>a</sup>	14	,017
Razón de verosimilitud	15,276	14	,360
Asociación lineal por lineal	,124	1	,725
N de casos válidos	9		

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

#### e. Decisión

Una vez aplicado el coeficiente del Chi Cuadrado, se puede evidenciar que la hipótesis específica 1 mantiene un valor de significancia de 0,017 menor que el error establecido de 0,05. Entonces, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1) donde: El emprendimiento rural influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

### 4.3.3. Hipótesis específica 2

Los servicios turísticos influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### a. Planteamiento de hipótesis

**H0:** Los servicios turísticos no influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

**H1:** Los servicios turísticos influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### b. Establecer nivel de significancia = 0,05

#### c. Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi Cuadrado.

#### d. Lectura de $P_{valor}$ : 0,033

Tabla 12. Prueba de hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30,000 <sup>a</sup>	28	,033
Razón de verosimilitud	23,594	28	,703
Asociación lineal por lineal	5,435	1	,020
N de casos válidos	9		

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

#### e. Decisión

Una vez aplicado el coeficiente del Chi Cuadrado, se puede evidenciar que la hipótesis específica 1 mantiene un valor de significancia de 0,033 menor que el error establecido de 0,05. Entonces, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se adopta la hipótesis alternativa (H1) donde: Los servicios turísticos influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### 4.3.4. Hipótesis específica 3

Las actividades agropecuarias influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

##### a. Planteamiento de hipótesis

**H0:** Las actividades agropecuarias no influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

**H1:** Las actividades agropecuarias influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

*Establecer nivel de significancia* = 0,05

b. *Estadístico de prueba:* Coeficiente de Chi Cuadrado.

c. *Lectura de P\_valor:* 0,025

d. *Estadístico de prueba:* Coeficiente de Chi Cuadrado.

Tabla 13. Prueba de hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,000 <sup>a</sup>	7	,025
Razón de verosimilitud	11,457	7	,120
Asociación lineal por lineal	2,098	1	,147
N de casos válidos	9		

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

##### e. Decisión

Una vez aplicado el coeficiente del Chi Cuadrado, se puede evidenciar que la hipótesis específica 1 mantiene un valor de significancia de 0,025 menor que el error establecido de 0,05. Entonces, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se adopta la hipótesis alternativa (H1) donde: Las actividades agropecuarias influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### 4.3.5. Hipótesis específica 4

La experiencia vivencial influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

##### a. Planteamiento de hipótesis

**H0:** La experiencia vivencial no influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

**H1:** La experiencia vivencial influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

b. Establecer nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi Cuadrado.

d. Lectura de  $P_{valor}$ : 0,047

Tabla 14. Prueba de hipótesis específica 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,000 <sup>a</sup>	7	,047
Razón de verosimilitud	13,457	7	,120
Asociación lineal por lineal	2,098	1	,147
N de casos válidos	9		

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

##### a. Decisión

Una vez aplicado el coeficiente del Chi Cuadrado, se puede evidenciar que la hipótesis específica 1 mantiene un valor de significancia de 0,047 menor que el error establecido de 0,05. Entonces, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se adopta la hipótesis alternativa (H1) donde: La experiencia vivencial influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- Se determinó la influencia del agroturismo y el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha. Por lo tanto, es necesario concluir que el vínculo entre el agroturismo y el turismo sostenible se encaminan a una elevada potencia de desarrollo dentro de la comunidad, siempre y cuando se mantenga una eficiente estrategia de mejoramiento fortalecimiento.
- Asimismo, los resultados obtenidos denotan la influencia entre el emprendimiento rural y el turismo sostenible dentro de la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha. Se puede concluir que los escasos emprendimientos agroturísticos han logrado dar una visión de progreso dentro de la comunidad y esto ha motivado a los demás pobladores a sentirse motivados por la nueva tendencia que trae el agroturismo obteniendo así beneficios económicos que trae consigo.
- De acuerdo con los resultados obtenidos se ha podido determinar que los servicios turísticos influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia de Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha. Por lo tanto, se concluye que es necesario ampliar los conocimientos pertinentes a los servicios turísticos agrícolas y agropecuarios para que se consiga un mejor alcance de viabilidad local.
- Bajo los resultados obtenidos se puede constatar que las actividades agropecuarias influyen en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha. De esta manera se comprueba que las actividades agrícolas son un factor primordial a la hora de visitar la comunidad, puesto que, es el principal componente de motivación del turista, así que es necesario que los

recursos sostenibles de las parcelas tengan un buen cuidado y no exista fuga de mano de obra por parte del agricultor.

- Se aprecia que la experiencia vivencial influye en el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha. Se puede concluir que los turistas conservan una vez más un valor importante durante su visita, ya que, solo así se puede continuar innovando su percepción de distintas maneras y también fomentara a la comunidad al nuevo cambio de estilo de vida.
- Por último, es necesario mencionar que los habitantes de la comunidad últimamente no han tomado la iniciativa de buscar fuentes de apoyo gubernamentales para seguir impulsando al turismo, así que con la presente propuesta se pretende vincular al MAGAP que existe dentro de la parroquia de Píntag, con el fin de que la comunidad logre tener una mejor calidad de vida sin alterar y desmerecer su condición agrícola y potenciando sus factores sostenibles enfocados en la economía, sociedad y medio ambiente.

## 5.2. Recomendaciones

- Se comprende que el turismo sostenible aporta significativamente al aspecto agrícola y agropecuario de comunidad de Tolóntag, por lo tanto, se necesita una intervención situacional más a fondo para aquellos responsables comunitarios con el propósito de que reconozcan los impactos vitales que mantienen y desconocen.
- Es necesario considerar que los habitantes de la comunidad de Tolóntag necesitan ampliar sus conocimientos con el turismo de manera general y su estrecho vínculo con el agroturismo y turismo sostenible con el propósito de que comprendan que este tipo de modalidad traerá suficientes beneficios.
- Se considera implementar programas de capacitación que ayuden a entender a los agricultores y demás personas interesadas la importancia de un emprendimiento rural, puesto que así mejorará las condiciones económicas y ofrecerán la participación comunitaria.
- Es fundamental identificar aquellos aspectos que motiven a los habitantes de la comunidad de Tolóntag a tomar el control de una nueva visión de vida, así que se asume que con un direccionamiento orientado al liderazgo y la buena toma de decisiones logren sobresalir de manera personal hasta llegar a un nivel colectivo.

## **CAPITULO VI. PROPUESTA**

### **1. Título de la propuesta**

Estrategias para el fortalecimiento del agroturismo en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

### **2. Objetivos**

#### **2.1. Objetivo general**

Diseñar estrategias que contribuyan a la mejora del agroturismo en la comunidad de Tolóntag, parroquia Píntag, cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### **2.2. Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico de la comunidad Tolóntag y determinar las estrategias mediante un FODA.
- Socializar la propuesta y fortalecer la modalidad del agroturismo.

### **3. Introducción**

La comunidad de Tolóntag, por sus bellos paisajes, facilidad de acceso, hospitalidad de sus habitantes y conservación de sus costumbres y cultura, ha sido visitada cada año por turistas amantes de la naturaleza. Las costumbres arraigadas del respeto a la naturaleza, ríos a la Pachamama y forma de vida apacible permiten implementar un enfoque de turismo sostenible.

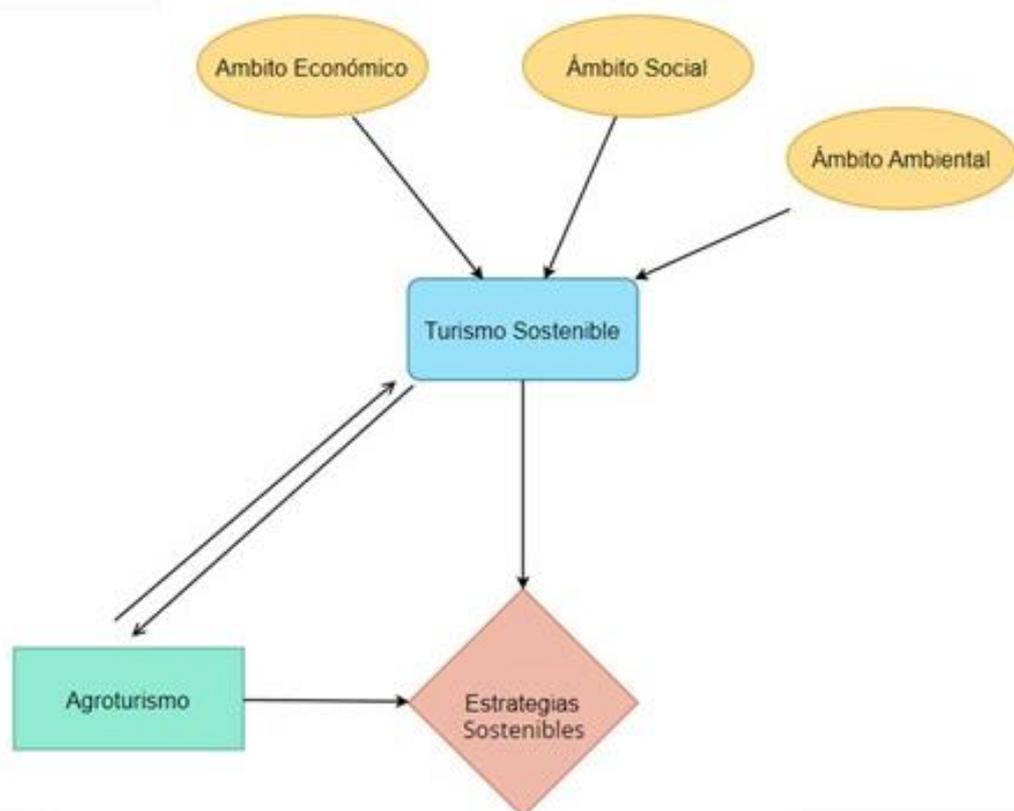
El turismo sostenible, desde la visión comunitaria, es la filosofía de percibir y entender el turismo al proteger las áreas turísticas, respetar a las personas desde lo social y cultural, sean los visitantes o la propia población comunitaria, reconocer, preservar el patrimonio cultural y natural de los espacios donde se produce. Todo ello responde al enfoque de los denominados pilares del turismo sostenible, o sea, la economía, la sociedad -cultura y el ambiente.

El agroturismo hace hincapié al tratamiento y laboreo de las tierras, lo que pretende pasar a un nivel ecológico en el uso de los abonos orgánicos, las buenas prácticas ecológicas de cosecha y lograr la cultura ambiental que aporte valores tanto al agroturismo, como a la propia actividad agropecuaria.

De tal manera, esta propuesta aporta en calidad de solución estratégica, desde lo sostenible, técnico y social, para la toma de decisión por aquellos responsables comunitarios a la hora de implementar al agroturismo como fuente alternativa de ingresos y mejora de la calidad de vida comunitaria en Tolóntag.

A continuación, el diagrama de influencia:

*Gráfica 1.* Diagrama de Influencia

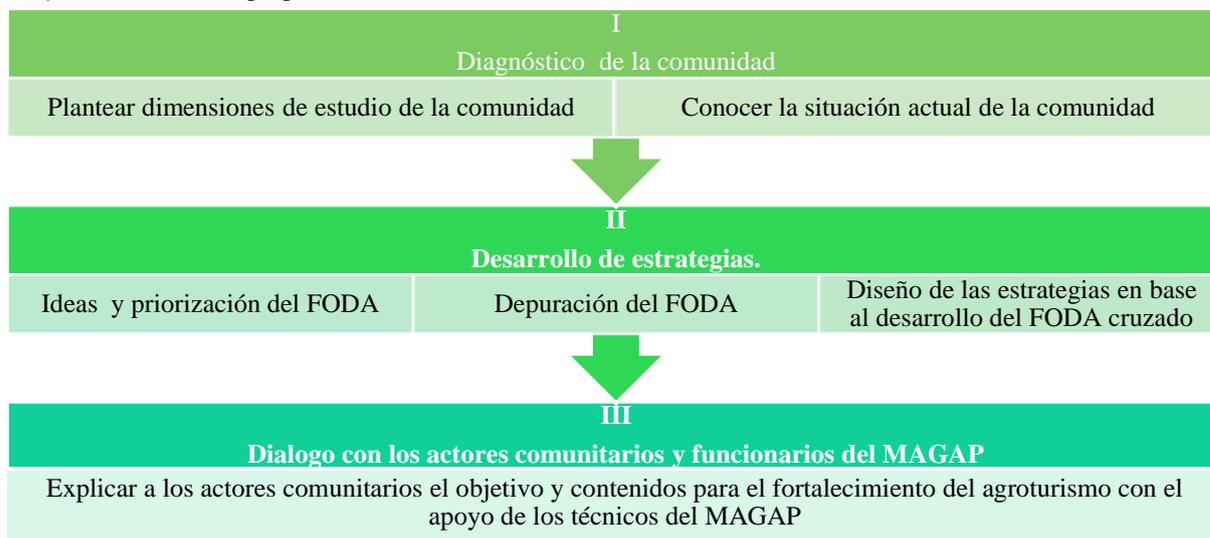


*Elaborado por:* Haro Jeniffer, (2023)

## 4. Desarrollo de la propuesta

### 4.1. Modelo de propuesta

Gráfica 2. Modelo de propuesta



Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

### Etapa I. Diagnóstico de la comunidad

#### 4.1.1. Dimensión geográfica

##### Fisiografía

Localizada en la parte extremo occidental de la cordillera central de los Andes. La parte del valle está ubicada aproximadamente a 2.800 m.s.n.m, tanto que los páramos están a una altura de 4.000 m.s.n.m; entre los 0°18' y 0°23' de altitud sur entre los 78°22' y 78°17' de longitud occidental. Esta zona presenta pequeñas laderas ubicadas entre los 3.000 y 3.500 m, pero también hay que destacar que al interior existen grandes pendientes.

##### *Límites territoriales:*

- **Norte:** Pifo
- **Sur:** Ciudad Quito (35 km)
- **Este:** Sangolquí
- **Oeste:** Papallacta

## **Clima**

Clima templado subandino agradable para visitantes, registrando en los valles temperaturas de 28° C e y durante la noche soporta temperaturas de 8 °C. En la medida de ascensión a páramos, la temperatura desciende hasta 2 grados. No se han registrado temperaturas bajo cero permanentes más se reportan heladas al año. Las estaciones del año son bien marcadas tomando en cuenta que los meses más fríos son julio y agosto, debido a que existen vientos fuertes por la influencia de la época de verano, mientras que los meses siguientes tienen un clima templado.

## **Hidrología**

Tolóntag se encuentra rodeada de quebradas, desde Yurac nace la quebrada de San Juanito, mientras que la quebrada de San Agustín nace por la Hacienda que lleva el mismo nombre, estas dos se unen y bajan por los límites de Tolóntag formando el Río Rumihuaico que desemboca por el Barriotieta. Existe otro río, Jatunhuaico el cual nace en El Inga, desciende hasta El Marco y pasa cerca de la Zona de Tolóntag para desembocar en el Barriotieta.

### **4.1.2. Dimensión administrativa jurídica**

Tolóntag está administrada por la Junta Parroquial localizada en Píntag, la misma que está encargada de promover la participación ciudadana en los asuntos comunitarios, como es las modalidades del turismo. Se destaca que esta comunidad y la comunidad.

El Marco han creado un Directorio de Aguas ante la necesidad de administrar esta la cual proviene de las vertientes de Teja Pata y El Trozo.

Las organizaciones jurídicas encargadas de la Agricultura y Ganadería, son grupos de personas que se han unido con el fin de ir apropiándose de terrenos, siendo

legalmente establecidas y buscando ayuda a los consejos provinciales como también a las parroquias para su desarrollo.

Las cooperativas existentes son:

- Corporación Agrícola Santa Clara de Tolóntag.
- Cooperativa Agropecuaria El Marco.
- Comuna Santa Isabel.

#### **4.1.3. Dimensión productiva**

##### **Cultivo y ganadería**

Tolóntag comprende terrenos muy extensos para el cultivo y el ganado, con 2.588 ha mas 1.450 ha en el páramo, estas últimas son utilizadas para el pasto del ganado, de igual manera 850 ha están destinadas para la producción agrícola.

Las vacas según la raza producen entre 5 a 7 litros diarios de leche, mucha de esta leche es vendida entre los pobladores y cuando no es vendida se produce el llamado quesillo. La producción del ganado porcino se lo realiza en pequeñas cantidades y en terrenos limitados ya que los pobladores temen que estos animales destruyan los sembríos aledaños.

##### **Gastronomía**

En la zona de Tolóntag y sus alrededores es muy común encontrar pequeños puestos de comida, donde ofrecen platos típicos criollos como: empanadas de maíz, chica de jora, tortillas asadas en tiesto, hornado, cuy, etc.

#### **4.1.4. Dimensión poblacional**

Los habitantes son mestizos descendientes de la cultura “EL INGA”, manteniendo tradiciones y costumbres propias, donde, y en la época hacendaria, sus habitantes fueron

huasipungueros. La población económicamente activa pes describe que el 49,9% son comerciantes, el 37,4% se dedican a la agricultura, y el 21,6% son amas de casa o se dedican a cualquier otra actividad. Se destaca que, por las características propias locales, gran parte de la población no se puede mantener solo en el campo agropecuario, si no también, debe desplazarse fuera de la zona en busca de trabajo, siendo Quito el centro más cercano que genera trabajo para esta gente.

## **Etapas II. Desarrollo de estrategias**

El FODA nos permitirá diseñar un modelo de mejora para una determinada identificación de estrategias para el desarrollo propuesto, por lo que se evidencian los siguientes aspectos más relevantes en cuanto a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del agroturismo en la comunidad de Tolóntag:

### **Ideas extraídas:**

#### **Fortalezas:**

1. Buena ubicación geográfica
2. Comunidad motivada por desarrollar modalidades de turismo
3. Suelos y ganadería presentes para adoptar el agroturismo
4. Existencia de organizaciones dispuestas a cooperar en el agroturismo
5. Experiencias de atención a visitantes en otras modalidades

#### **Debilidades:**

1. Falta de información sobre la el agroturismo
2. Baja adopción de prácticas ecológicas agropecuarias
3. Insuficiente apoyo a las familias dedicadas a la agricultura para atender el agroturismo
4. Existencia de la migración comunitaria

5. Insuficiente interacción con las instituciones financieras

**Oportunidades:**

1. Atracción de visitantes dada la ubicación geográfica
2. Conocimientos de las buenas prácticas agropecuarias
3. Uso de los emprendimientos existentes en función del agroturismo
4. Instituciones públicas que apoyen el agroturismo MAGAP y MINTUR
5. Desarrollo agropecuario actual

**Amenazas:**

1. Fuga mano de obra agrícola
2. Insuficiente organización comunitaria para adoptar el agroturismo
3. Descuido de los actores comunitarios agrícolas en la búsqueda de capacitaciones
4. Resistencia al uso de abonos orgánicos
5. Bajo liderazgo para la toma de las decisiones comunitarias

Esto permite bosquejar la matriz de priorización F.O.D.A., y enunciar los ítems en cada dimensión de la matriz en cuestión. Ya, seleccionados los ítems claves desde el cálculo realizado, se diseñó el análisis situacional, donde cobra valor las encuestas antes aplicadas.

**Tabla 15.** Matriz de priorización de las fortalezas

<b>FORTALEZAS</b>	Buena ubicación geográfica	Comunidad motivada por desarrollar modalidades de turismo	Suelos y ganadería presentes para adoptar el agroturismo	Existencia de organizaciones dispuestas a cooperar en la adopción del agroturismo	Experiencias de atención a visitantes en otras modalidades	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ORDEN</b>
Buena ubicación geográfica	0,5	0	0	0	0	0,5	4,0	5
Comunidad motivada por desarrollar modalidades de turismo	1	0,5	1	1	0	3,5	28,0	2
Suelos y ganadería presentes para adoptar el Agroturismo	1	1	0,5	1	1	4,5	36,0	1
Existencia de organizaciones dispuestas a cooperar en el agroturismo	0	0	1	0,5	1	2,5	20,0	3
Experiencias de atención a visitantes en otras modalidades	1	0	0	0	0,5	1,5	12,0	4
<b>Total</b>						<b>12,5</b>	<b>100</b>	

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 16.** Matriz de priorización de las debilidades

<b>DEBILIDADES</b>	Falta de información sobre el agroturismo	Baja adopción de prácticas ecológicas agropecuarias	Insuficiente apoyo a las familias dedicadas a la agricultura para atender el agroturismo	Existencia de la migración comunitaria	Insuficiente interacción con las instituciones financieras	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ORDEN</b>
Falta de información sobre el agroturismo	0,5	1	1	0	0	2,5	16,1	3
Baja adopción de prácticas ecológicas agropecuarias	1	0,5	1	0	1	3,5	22,6	2
Insuficiente apoyo a las familias dedicadas a la agricultura para atender el agroturismo	1	1	0,5	1	1	4,5	29,0	1
Existencia de la migración comunitaria	0	0	1	0,5	0	1,5	9,7	4
Insuficiente interacción con las instituciones públicas	1	1	1	0	0,5	3,5	22,6	2
<b>Total</b>						<b>15,5</b>	<b>100</b>	

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 17.** Matriz de priorización de las oportunidades.

<b>OPORTUNIDADES</b>	Atracción de visitantes dada la ubicación geográfica	Uso de los emprendimientos existentes en función del agroturismo	Conocimientos de las buenas prácticas agropecuarias	Desarrollo agropecuario actual	Instituciones públicas que apoyen el Agroturismo MAGAP y MINTUR	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ORDEN</b>
Atracción de visitantes dada la ubicación geográfica	0,5	0	0	0	0	0,5	5,9	4
Uso de los emprendimientos existentes en función del agroturismo	0	0,5	1	0	0	1,5	17,6	3
Conocimientos de las buenas prácticas agropecuarias	1	1	0,5	0	1	3,5	41,2	1
Desarrollo agropecuario actual	0	0	0	0,5	0	0,5	5,9	5
Instituciones públicas que apoyen el Agroturismo MAGAP y MINTUR	0	1	1	0	0,5	2,5	29,4	2
<b>Total</b>						<b>8,5</b>	<b>100</b>	

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 18.** Matriz de priorización de las amenazas

<b>AMENAZAS</b>	Fuga mano de obra agrícola	Insuficiente organización comunitaria para adoptar el Agroturismo	Descuido de los actores comunitarios agrícolas en la búsqueda de capacitaciones	Resistencia al uso de abonos orgánicos	Bajo liderazgo para la toma de las decisiones comunitarias	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ORDEN</b>
Fuga mano de obra agrícola	0,5	0	1	0	0	1,5	14,3	3
Insuficiente organización comunitaria para adoptar el Agroturismo	0	0,5	1	1	1	3,5	33,3	1
Descuido de los actores comunitarios agrícolas en la búsqueda de capacitaciones	0	0	0,5	1	0	1,5	14,3	4
Resistencia al uso de abonos orgánicos	0	0	0	0,5	1	1,5	14,3	5
Bajo liderazgo para la toma de las decisiones comunitarias	1	0	1	0	0,5	2,5	23,8	2
<b>Total</b>						<b>10,5</b>	<b>100</b>	

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 19.** FODA depurado

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
1.	Suelos y ganadería presentes para adoptar el Agroturismo	1.	Conocimientos de las buenas prácticas agropecuarias
2.	Comunidad motivada por desarrollar modalidades de turismo	2.	Instituciones públicas que apoyen el Agroturismo MAGAP
3.	Existencia de organizaciones dispuestas a cooperar en el agroturismo	3.	Uso de los emprendimientos existentes en función del Agroturismo
DEBILIDADES		AMENAZAS	
1.	Insuficiente apoyo a las familias dedicadas a la agricultura para atender el agroturismo	1.	Insuficiente organización comunitaria para adoptar el agroturismo
2.	Baja adopción de prácticas ecológicas agropecuarias	2.	Bajo liderazgo para la toma de las decisiones comunitarias
3.	Falta de información sobre el agroturismo	3.	Fuga mano de obra agrícola

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

A continuación, es analizado el FODA cruzado desde la combinación (FO, DO, FA, DA), cuyo fin es el de conocer las estrategias más prevalentes al mejoramiento del agroturismo.

**Tabla 20.** FODA cruzado

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	1	Suelos y ganadería presentes para adoptar el agroturismo	1	Conocimientos de las buenas prácticas Agropecuarias	
	2	Comunidad motivada por desarrollar modalidades de turismo	2	Instituciones públicas que apoyen el Agroturismo MAGAP	
	3	Existencia de organizaciones gubernamentales dispuestas a cooperar en el agroturismo	3	Uso de los emprendimientos existentes en función del Agroturismo	
OPORTUNIDADES		FO		DO	
1	Insuficiente apoyo a las familias dedicadas a la agricultura para atender el agroturismo	<i>Aprovechar la cooperación de las organizaciones gubernamentales para concertar acciones informativas sobre el turismo y agroturismo. (F3, O3)</i>		<i>Socializar y capacitar a las familias agrícolas acerca de los conocimientos y buenas prácticas agropecuarias con el apoyo del MAGAP, lo que ayudarán a la adopción de prácticas ecológicas en función de la sostenibilidad ambiental. (D1, D2, O1, O2)</i>	
2	Baja adopción de prácticas ecológicas agropecuarias				
3	Falta de información sobre el agroturismo				
AMENAZAS		FA		DA	
1	Insuficiente organización comunitaria para adoptar el Agroturismo	<i>Aprovechar la cooperación de las organizaciones gubernamentales para capacitar a la comunidad en temas de liderazgo y la mejora de saberes agroturísticos y de la calidad de vida comunitaria. (F2, F3, A2)</i>		<i>Mejorar la organización comunitaria para adoptar el agroturismo y potenciar los emprendimientos existentes con el apoyo del MAGAP. (D2, D3, A2)</i>	
2	Bajo liderazgo para la toma de las decisiones comunitarias				
3	Fuga mano de obra agrícola				

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

## Estrategias de mejoramiento del Agroturismo

**Tabla 21.** Capacitación

Estrategia de capacitación			
<b>Nombre de la estrategia:</b>	Capacitación y socialización a los habitantes de la comunidad Tolóntag		
<b>Objetivo:</b>	Fortalecer los conocimientos del turismo, agroturismo, sostenibilidad y atención al cliente		
<b>Beneficiario (s):</b>	Familias agroturísticas y personas interesadas		
<b>Duración:</b>	1 trimestre		
Descripción:			
<p>La realización de capacitaciones y socializaciones orientadas al turismo tiene como fin el involucramiento de la comunidad, así como la participación en diversos talleres que se conciban dentro de la comunidad, puesto que así las personas fortalecerán sus conocimientos turísticos, lo cual repercutirá a un posterior desarrollo local.</p> <p><b>Contenidos a abordar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición del turismo repercutiendo al turismo sostenible y agroturismo</li> <li>• La necesidad del turismo</li> <li>• Conservación ambiental</li> <li>• Correctas prácticas de agricultura</li> <li>• Cuidado manejo de la tierra</li> <li>• Oportunidades económicas</li> <li>• Tipos de servicios turísticos repercutiendo a los servicios agropecuarios</li> <li>• Importancia del turista</li> <li>• Atención y calidad al turista</li> </ul>			
Responsables	Recursos	Meta	Presupuesto estimado
Técnicos públicos del MAGAP.	Computador, proyector, impresora, hojas de papel bond, esferos, marcadores, pizarras, lápices.	Lograr que el 80% de los habitantes logren el interés necesario para la adopción del turismo con énfasis al agroturismo dentro de la comunidad.	\$1,000

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 22.** Emprendimientos agroturísticos

Estrategia de liderazgo			
<b>Nombre de la estrategia:</b>	Liderazgo personal y comunitario		
<b>Objetivo:</b>	Motivar a las personas de la comunidad a mantener una visión de liderazgo		
<b>Beneficiario (s):</b>	Emprendedores agroturísticos y personas interesadas		
<b>Duración:</b>	1 trimestre		
Descripción:			
<p>Mediante esta estrategia se desea involucrar a los habitantes de la comunidad a promover una convivencia pacífica que a su vez sea involucrada al crecimiento personal y colectiva, de manera que así se fomente el crecimiento potencial de la comunidad, que a su vez ayudara a que las personas no mantengan una mente cerrada de toda posibilidad creciente.</p> <p><b>Contenidos a abordar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del líder</li> <li>• Empatía con los demás</li> <li>• Creación de vínculos sociales</li> <li>• Trabajos comunitarios</li> <li>• Visión y planificación</li> <li>• Motivación del líder</li> <li>• Peligros y debilidades del líder</li> <li>• Capacidades de superación</li> </ul>			
Responsables	Recursos	Meta	Presupuesto estimado
Técnicos públicos del MAGAP y alianza CONQUITO	Computador, proyector, impresora, hojas de papel bond, esferos, marcadores, pizarras, lápices.	Lograr que el 95% de los habitantes logren el interés necesario para la adopción del agroturismo dentro de la comunidad.	\$1,000

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

Tabla 23. Liderazgo

Estrategia de fortalecimiento de emprendimientos familiares			
<b>Nombre de la estrategia:</b>	Emprendimientos agroturísticos		
<b>Objetivo:</b>	Motivar a los emprendedores agroturísticos y personas interesadas a formar un ambiente emprendedor y así desarrollar un ambiente sostenible en áreas como: economía, social y ambiental		
<b>Beneficiario (s):</b>	Personas que mantienen un emprendimiento agroturístico y personas interesadas		
<b>Duración:</b>	2 trimestres		
<b>Descripción:</b>			
<p>Por medio de esta estrategia se pretende que los emprendedores agroturísticos y las demás personas interesadas puedan entender la dinamización sostenible a nivel personal y local, esto también traerá consigo la ejecución de macro emprendimientos y su debido seguimiento.</p> <p><b>Contenidos a abordar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos de emprendimientos encaminados al agroturismo</li> <li>• Misión y visión</li> <li>• Tipos de emprendimientos</li> <li>• Características del emprendedor</li> <li>• Obligaciones laborales</li> <li>• Planificación de trabajo</li> <li>• Ejecución de un emprendimiento</li> <li>• Etapas de un emprendimiento</li> <li>• Monitoreo de emprendimientos</li> <li>• Corrección de equivocaciones</li> <li>• Visita de campo a emprendimientos internos y exteriores</li> </ul>			
Responsables	Recursos	Meta	Presupuesto estimado
Técnicos públicos del MAGAP y alianzas CONQUITO	Computador, proyector, impresora, hojas de papel bond, esferos, marcadores, cuadernos, libretas, pizarras, lápices, botas, impermeables, transporte, alimentos,	Lograr que el 100% de los habitantes logren el interés necesario para iniciar con un emprendimiento agroturístico.	\$2,500

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

**Tabla 24.** Evaluación de las estrategias

Evaluación de la estrategia					
<b>Nombre de la estrategia:</b>					
<b>Fecha:</b>					
<b>Nombre del participante:</b>					
<b>Objetivo</b>					
Recopilar información pertinente al desarrollo de las estrategias que se abordan dentro de la comunidad de Tolóntag. Marque con un “X” según sea su criterio:					
	<b>En desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>	<b>Imparcial</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Muy de acuerdo</b>
Los temas proporcionados son de su completo interés					
Existe participación entre los participantes					
El responsable muestra dominio y experticia en el tema					
El responsable responde las inquietudes abordadas en cada enseñanza					
La personalidad del responsable es apta para este tipo de enseñanzas					
<b>Observaciones y recomendaciones</b>					

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

### **Etapa III. Dialogo con los actores comunitarios y funcionarios del MAGAP**

Finalmente, queda socializar al resto de la comunidad las estrategias más potenciales que lograran influir en el agroturismo, por otro lado, el hecho de comunicar, socializar y explicar será la clave del éxito para corroborar la propuesta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguinda P. C. R. (2021). *Grietas del turismo comunitario: El caso de la comunidad de Chontayaku (1998-2004)*. [Tesina especialización en Gestión de Proyectos de Desarrollo]. FLACSO Ecuador. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18178/2/TFLACSO-2021CRAP.pdf>
- Ayala, M. (30 de Mayo de 2021). *Investigación Transversal*. Lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/>
- Almaral L. (2023). *Como se clasifican los recursos naturales*. <https://maternidadesantafe.com.br/blog/co/como-se-clasifican-los-recursos-naturales.html#:~:text=Los%20recursos%20naturales%20son%20aquellos,en%20renovables%20y%20no%20renovables>.
- Álvarez G., J. L.; Jurgenson, G.; Martín C., S.; Maldonado M., G.; Átala T., C.; Trejo G.; Olguín L., A.; Pérez J., M.; (2018). *La investigación cualitativa*. Universidad Autónoma del estado de México. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- BBVA (2023). *Más allá del turismo: ¿sabes qué es un plan de ocio sostenible?* <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/mas-alla-del-turismo-sabes-que-es-un-plan-de-ocio-sostenible/>
- Betiana, A. (2018). *Servicios Turísticos I*. Universidad Tecnológica Nacional: <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%20C3%ADsticos.pdf>
- Bravo O., Zambrano P. (2017). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7) 1-28. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>
- Burbano, I., Vite, H., Carvajal, H. (2020). Agroturismo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la Parroquia Río Bonito. *Revista Metropolitana de ciencias aplicadas*, 138-144. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/241/283>
- Carvajal S., S. (2020). Impactos socioeconómicos y medio ambientales del turismo en España. *Revistas UCM*. 23 (1). DOI: <https://doi.org/10.5209/obmd.73171>
- Cázares, Jaramillo. (2009). La investigación científica. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0091509/cap03.pdf>
- CEUPE (2002). *Servicios turísticos: Qué son, tipos e importancia*. Blog. <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html#:~:text=Los%20servicios%20tur%20C3%ADsticos%20son%20el,%20C%20alimentaci%20C3%B3n%20transporte%20y%20gu%20C3%ADa>.
- CEUPE (s/f). *¿Qué es la oferta turística?*

- <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html#:~:text=En%20general%2C%20una%20oferta%20tur%20C3%ADstica,%20de%20instalaciones%20de%20entretenimiento%20etc.>
- CEUPE (s/f). *¿Qué importancia económica tiene el turismo?*. <https://www.ceupe.com/blog/que-importancia-economica-tiene-el-turismo.html#:~:text=Los%20ingresos%20procedentes%20del%20turismo%20se%20generan%20como%20resultado%20de,Viajes%20especiales.>
- Clínica NuevoSer (2022). *Significado de relaciones personales*. <https://clinicannuevoser.com/significado-de-relaciones-personales-cuantos-tipos-hay/>
- DQ (2020). *Qué es agroturismo y su definición*. Blog. <https://cursosdeturismoonline.es/turismo/que-es-agroturismo-y-sus-caracteristicas/>
- Flores B. D. G. A.; Ríos E. S. (2021) El agroturismo como estrategia de diversificación de la cadena agroalimentaria del amaranto en Natívitás (Tlaxcala, México). *Turismo y Sociedad*. 28., 23–37. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n28.01>.
- Freire R. M.; Peralta M., P.; Tigrero G., F. (2019). Emprendimiento rural e impacto en el desarrollo económico y sociocultural: comunas Libertador Bolívar, Cadeate y San Pablo, cantón Santa Elena, Ecuador. *UPSE* 6 (1). pp. 74-79. <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/447>
- IEBC (2023). *¿Qué es el turismo social y qué beneficios tiene?*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-turismo-social-y-que-beneficios-tiene-marketing-digital/#:~:text=la%20diversidad%20cultural-,Al%20hacer%20accesible%20el%20turismo%20a%20todas%20las%20personas%2C%20se,su%20propia%20visi%C3%B3n%20del%20mundo.>
- Galán C., G. E., et al. (2019). El agroturismo en dos municipios de la Sierra Juárez, Oaxaca, México. *Agric. soc. desarrollo* 6 (2), pp.219-237. <https://doi.org/10.22231/asyd.v16i2.1008>.
- Galarza V., M. F.; Galarza B., F. A. (2018). Desarrollo sostenible del Agroturismo en comunidades rurales de carácter agrícola. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 3(10), 27-32. <https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol3iss10.2018pp27-32p>.
- Galindo-Aguirre J. C., Erazo-Álvarez J. C., Narváez-Zurita, C. I., Matovelle-Romo M. M. (2020). actividad del Emprendimiento Turístico Rural. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10). <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.838>
- George, D., Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0. update (4thed.). Boston: Allyn & Bacon. <https://wps.ablongman.com/wps/media/objects/385/394732/george4answers.pdf>
- Guevara T. B. A. (2019). *Propuesta de proyecto de turismo comunitario con la creación de un Ecolodge en la comunidad de Amazanga. Pastaza – Ecuador*. [tesis grado de

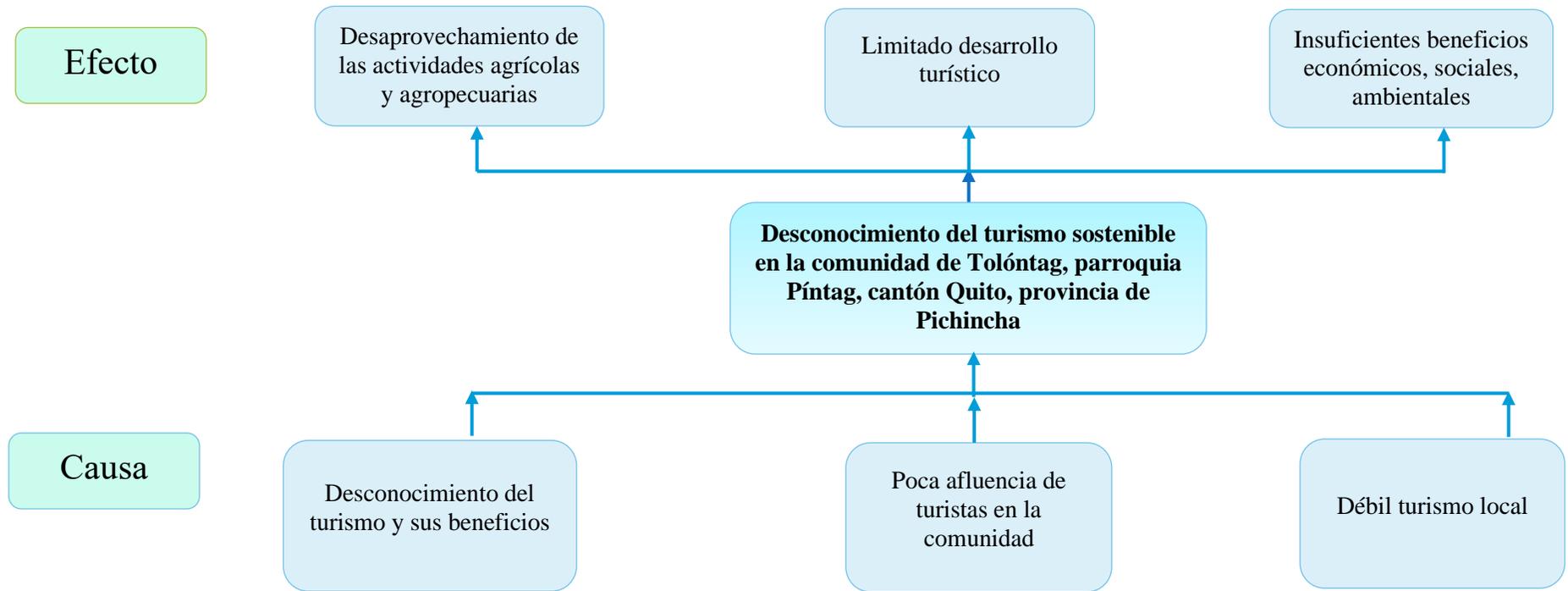
- Ingeniería en Gestión Hotelera]. PUCE.  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17104/PROPUESTA%20DE%20PROYECTO%20DE%20TURISMO%20COMUNITARIO%20CON%20LA%20CREACI%20C3%29N%20DE%20UN%20ECOLOGE%20EN%20LA%20COMUNIDAD%20DE%20AM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gobierno de Canarias (2021). *Actividades turísticas*.  
[http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir\\_gral\\_ordenacion\\_promocion/actividades\\_complementarias/](http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/)
- Hernández S. R.; Fernández C. C.; Baptista L., M. del P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta. Edición. Educación. McGraw Hill. México.
- Jurado-Paz, I. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económica CUC*, 43(1), 257–280. DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.7>
- Kapera, I. (2018). Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland. *Sustainable Cities and Society*, 581-588.  
<https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.05.001>
- Lastra B., X.; Cabanilla, E. (2019). *Impacto del turismo en el desarrollo del Ecuador. Reflexiones desde la academia - IV CONGRETUR*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 29 (4), pp. 1272-1289.  
<https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099014/html/>
- León A., R. M., Reyes V., M. V. (2020). Percepción de actores locales respecto al turismo rural como estrategia de desarrollo. Caso parroquia Malacatos, Ecuador. *Revista científica Ecociencia*. 7 (3), pp 1-24. <https://orcid.org/0000-0002-8795-0273>
- Liberta B., B. E. (2018). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. *ACIMED*. 15(3). <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v15n3/aci08307.pdf>
- Lucas M. C. A., Salazar O. G., Loor C. C. K. (2019). El emprendimiento social en el turismo comunitario de la Provincia de Manabí, Ecuador. *Telos*, vol. 21, núm. 3, pp. 661-680. <https://doi.org/10.36390/telos213.09>
- Montijn, L. y Carré, M. (2005). *Estudio sobre ecoturismo en el corredor verde, Argentina, AECI-APN-Gobierno de Misiones*.  
[\[http://www.aecid.org.ar/administrador/publicaciones/TDR3\\_ECOTURISMO\\_Parte\\_1.pdf\]](http://www.aecid.org.ar/administrador/publicaciones/TDR3_ECOTURISMO_Parte_1.pdf)
- Moreno F., Z.; Zirit T., G.; Silva H. (2019). Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 2  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29063446006/29063446006.pdf>
- Oliveira F. T. (2016). El turismo comunitario, *Dialnet*. 30, 1-32.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761432.pdf>

- OMT (s/f). *Desarrollo de productos*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20la,de%20inter%C3%A9s%2C%20que%20representa%20la>
- ONU (1987). *Sostenibilidad*. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/sostenibilidad#:~:text=En%201987%2C%20la%20Comisi%C3%B3n%20Brundtland,de%20satisfacer%20sus%20necesidades%20propias>.
- Ordóñez T. K.S. (2020). *Estudio de la percepción de la población sobre los cambios provocados por la actividad turística en la microrregión Norcentral, Quito*, en 2020. [Tesis de titulación. UCE]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27719/1/UCE-FAG-ORDO%C3%91EZ%20KAREN.pdf>
- Orellana P. N., Holguín B., B., Yance C. G. (2016). Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual y potencial comunidad Olón Santa Elena Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/12/olon.html>
- OSTELEA (S/F). *Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos*. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-cultural-que-es-tipos-y-ejemplos#:~:text=La%20actividad%20tur%C3%ADstica%20abarca%20el,p%C3%BAblico%20como%20del%20sector%20privado>.
- Peralta J. M.; Li S. (2017). *Agroturismo: una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales*. Estación Experimental Agroforestal Esquel. Recuperado 22 de diciembre de 2022 de [https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta\\_eeaf\\_esquel\\_agroturismo\\_092017.pdf](https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_eeaf_esquel_agroturismo_092017.pdf)
- Pinos M. E. M. (2018). *Plan de negocio para la creación de la empresa RioAndes Bus Tours en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. [Tesis de grado Ingeniero en dirección y administración de empresas] UNIANDÉS. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7665/1/PIURHYT002-2018.pdf>
- Plúa, N. (2020). El turismo sostenible en Ecuador. Un análisis desde la jurisdicción ecuatoriana. *Revista Polo del conocimiento*, 1004 - 1115.
- Quevedo B., L.; Villacís V., M.G. (2020). Agroturismo y desarrollo sostenible en la parroquia Calpi, cantón Riobamba. [tesis de grado]. Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6617>
- Rodríguez A. G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Ctro. Agr.* 46 (1), pp.62-65. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0253-57852019000100062&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0253-57852019000100062&lng=es&nrm=iso)
- Rodríguez A., G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Revista Ctro. Agr.* 46 (1). pp. 62-65. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0253-57852019000100062](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-57852019000100062)

- Ruiz, L. (2022). *¿Qué es el aprendizaje vivencial y cómo fomentarlo?* Obtenido de Bebés y más: <https://www.bebesymas.com/educacion/que-aprendizaje-vivencial-como-fomentarlo>
- Rus A., E. (2021) *Investigación de campo*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Saeteros H., A. M.; Da Silva, E. V.; Flores S., M. A. (2019). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas para su medición. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 17, núm. 5, pp. 901-914. <https://www.redalyc.org/journal/881/88165933011/html/>
- Salas A. W., Medina L. A., Medina N. D., Valladares R. R. (2018). El turismo comunitario, integrado y participativo como medio de fortalecimiento en la educación ambiental. *Revista Atenas*, 4(44),92-108. <https://www.redalyc.org/journal/4780/478055154006/html/>
- Segura, A. d., Nazareno, R., Sánchez, G. (2021). Agroturismo para el Desarrollo Sostenible en fincas ecuatorianas. Un estudio documental. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 173 - 177.
- Snap. (2018). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas*. <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/info-snap>
- Supo, J. (2022). Metodología de la investigación científica. Seminarios de Investigación Científica. Retrieved enero de 2022, from <http://red.unal.edu.co/cursos/ciencias/1000012/un3/pdf/seminv-sinopsis.pdf>
- Terán E. P. G. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra*. [Tesis Maestría en Gestión del Desarrollo]. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8281/1/T3603-MGDE-Teran-El%20turismo.pdf>
- Tomalá T., S. M. (2013). *El agroturismo como una alternativa de desarrollo sostenible para la comuna Loma Alta, de la parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013 – 2018*. [Tesis grado. UPSE.] <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1427>
- UDELAR (2014). *Medio ambiente. Conceptos básicos*. <https://udelar.edu.uy/retema/wp-content/uploads/sites/30/2014/01/Talleres-2013-Introducci%C3%B3n.pdf>
- UNWTO. 2017. *Comunicado de Prensa PR No. 17105*. <http://crm.unwto.org/sites/all/modules/civCRM/extern/url.php?u=77846&qid=20966502>
- Urzúa M A., Caqueo-Urizar A. (2012). Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto. *Ter Psicol* 30(1), 61-71. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082012000100006>

## ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas



Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

## Anexo 2. Validación de expertos

### a.) Experto 1. PhD. Silvia Aldaz



Carrera de Gestión Turística  
y Hotelera / Turismo  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

*en movimiento*

#### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Silvia Marieta Aldaz Hernández

Título/grado:

Ph.D.....	( X )
Doctor.....	( )
Magister.....	( )

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 25/07/2022

#### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

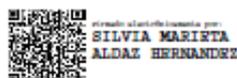
“AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG,  
PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Agroturismo”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Agroturismo”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones:
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

Sugerencias: \_\_\_\_\_



Firma del experto



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** Silvia Marieta Aldaz Hernández

**Título/grado:**

Ph.D.....	( X )
Doctor.....	( )
Magíster.....	( )

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 25/07/2022

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG,  
PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”**

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Turismo Sostenible”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SÍ o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Turismo Sostenible”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Sí	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

**Sugerencias:** \_\_\_\_\_



El nuevo escanotelefono por:  
SILVIA MARIETA  
ALDAZ HERNANDEZ

Firma del experto

b.) Experto 2. Ph.D. Héctor Pacheco



Carrera de Gestión Turística  
y Hotelera / Turismo  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

*en movimiento*

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto: Pacheco Sanunga Héctor Germán**

**Título/grado: Doctor en Contabilidad y Auditoría CPA**

Ph.D.....	( X )
Doctor.....	( )
Magister.....	( )

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 02-08-2022

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG,  
PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Agroturismo”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Agroturismo”.

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

**Sugerencias:** Aplique las encuestas



Firma del experto



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto: Pacheco Sanunga Héctor Germán**

**Título/grado: Doctor en Contabilidad y Auditoría CPA**

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	( )
Magister.....	( )

**Universidad en que labora:** Universidad Nacional de Chimborazo

**Fecha:** 02-08-2022

#### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG,  
PARROQUIA PÍNTAG, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”**

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Turismo Sostenible”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Turismo Sostenible”.

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL:</b>		<b>11</b>		

**Sugerencias:** Aplique las encuestas



Firma autenticada por:  
SECTOR GERMAN  
PACHECO SANUNGA

Firma del experto

c.) Experto 3. PhD. Luis Quevedo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Quevedo Báez Luis Alberto

Título/grado:

Ph.D.....	X
Doctor.....	
Magister.....	

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 11 julio 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG,  
CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Agroturismo"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas o ítems marcando con "X" en la columna de SI o No. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el "Agroturismo".

N	Preguntas/ Ítems	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		

SUGERENCIAS: .....



Firmado digitalmente por:  
LUIS ALBERTO  
QUEVEDO BAEZ

Ing. Luis Quevedo Báez, PhD



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:** Quevedo Báez Luis Alberto

**TÍTULO/GRADO:**

Ph.D.....	X
Doctor.....	
Magister.....	

**UNIVERSIDAD EN LA QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo

**FECHA:** 11 julio 2022

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**AGROTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD DE TOLÓNTAG, PARROQUIA PÍNTAG,  
CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Turismo Sostenible"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la Facultad de evaluar cada una de las preguntas o ítems marcando con "X" en la columna de SI o No. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre el "Turismo Sostenible".

N	Preguntas/ Ítems	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		

SUGERENCIAS: .....



Firando el instrumento por:  
LUIS ALBERTO  
QUEVEDO BAEZ

Ing. Luis Quevedo Báez PhD

Anexo 3. Encuesta de la variable independiente: Agroturismo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO  
Encuesta dirigida a los Turistas

Formulario N°. 001

Fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_ Encuestador:

Jeniffer Roxana Haro Haro

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Recopilar datos estadísticos que contribuyan con la investigación sobre el “Agroturismo” en la comunidad de Tolóntag.

**INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD**

**De escala de Likert:**

- Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos serán estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Trate de contestar con sinceridad a todas las preguntas.
- Marque con una **X** para indicar su respuesta.
- Responda según su criterio los siguientes enunciados, con la presente valoración, donde:

1 = Muy en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Imparcial

4 = De acuerdo

5 = Muy de acuerdo

**A. INFORMACIÓN GENERAL**

**1. Sexo**

Femenino	
Masculino	

**2. Edad:**

18-25	
26-33	
34-41	
42-49	
+ 50	

**1. ¿Cuál es su nivel de educación?**

Primaria	
Secundaria	
Técnico/ tecnológico	
Tercer nivel	
Cuarto nivel	

## B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Variable Independiente: Agroturismo

N°	Dimensiones / Ítems	Escala				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Imparcial	De acuerdo	Muy de acuerdo
		1	2	3	4	5
<b>1</b>	<b>Emprendimiento rural</b>					
1.1	Los emprendimientos generados por las asociaciones locales tienen una alta incidencia en el desarrollo del agroturismo.					
1.2	Existe apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de emprendimientos agroturísticos.					
1.3	Los emprendimientos agroturísticos pueden convertirse en una fuente de ingresos económicos.					
1.4	Los emprendimientos agroturísticos logran fomentar el valor del patrimonio natural y cultural de la localidad.					
1.5	Existe capacitación frecuente al personal en emprendimientos agroturísticos.					
1.6	La comunidad local mantiene un excelente vínculo con proveedores de insumos para el agroturismo.					
1.7	Las relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad local son óptimas para ejecutar proyectos de agroturismo.					
1.8	Los turistas demuestran un excelente estándar de comportamiento frente a los turistas que visitan la comunidad.					
1.9	Existe capacitación en estándares de comportamiento, destrezas, habilidades comunicacionales en turismo.					
<b>2</b>	<b>Servicios turísticos</b>					
2.1	Ineficiente plan de promoción de los servicios turísticos que oferta la comunidad.					
2.2	Los servicios turísticos ofertados en la comunidad logran satisfacer las expectativas del turista.					
2.3	Mayor asesoría técnica, capacitaciones, para mejorar los servicios turísticos y su calidad.					
2.4	Las rutas de transporte son suficientes para movilizarse hacia la comunidad.					
2.5	Los habitantes de la comunidad están capacitados en temáticas de servicio y calidad para un óptimo hospedaje en sus viviendas.					
2.6	Los turistas reciben una correcta información acerca de todos los servicios turísticos de recreación existentes en la comunidad.					
2.7	Los actuales servicios turísticos de recreación logran cumplir con las expectativas de los turistas.					
<b>3</b>	<b>Actividades agropecuarias</b>					
3.1	Se trasmite el conocimiento de técnicas agropecuarias como: siembra, cosecha, regadío,					

	control y manejo de las plantas y producción pecuaria (animales).					
<b>3.2</b>	La comunidad participa en un plan agroturístico, programas, proyectos.					
<b>3.3</b>	La comunidad tiene un alto nivel de conocimiento, sobre el manejo ancestral de los cultivos.					
<b>3.4</b>	La producción agropecuaria de la comunidad tiene el suficiente abastecimiento de sus productos, garantizando seguridad alimentaria.					
<b>3.5</b>	Los productos agropecuarios ayudan a incrementar los ingresos económicos de la comunidad.					
<b>3.6</b>	Los productos con una marca de la localidad logran motivar la visita de proyectos de agroturismo.					
<b>3.7</b>	Existe suficiente comercialización de productos y servicios generados en los proyectos de agroturismo.					
<b>3.10</b>	Se involucra al visitante en actividades vivenciales agroturísticas de siembra de diferentes cultivos.					
<b>3.11</b>	El cultivo de productos orgánicos es una oportunidad para el desarrollo del agroturismo.					
<b>4</b>	<b>Experiencia vivencial</b>					
<b>4.1</b>	Es importante capacitarse en interpretación de actividades agroturísticas como: siembra y cosecha de cultivos, alimentación, cuidado y manejo de animales.					
<b>4.2</b>	Los servicios turísticos ofertados permiten participar a turistas en actividades agrícolas y pecuarias.					
<b>4.3</b>	La participación en la actividad agrícola y pecuaria fomenta la valorización del patrimonio natural y cultural.					
<b>4.4</b>	Es prioritario planificar estrategias agroturísticas.					
<b>4.5</b>	Es importante el gestionar financiamiento para ejecutar estrategias agroturísticas.					

## C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

### 1. ¿Cuáles actividades agroturísticas desearía realizar en la comunidad?

Siembra y cosecha	
Ordeño y cuidado de animales	
Elaboración de productos	
Preparación del suelo	

### 2. ¿Cuáles son sus principales motivaciones que desearía realizar en el agroturismo?

Conocer nuevas culturas y costumbres	
Tener contacto con la naturaleza	
Observar y conocer su forma de trabajo	
Interactuar con la comunidad	

### 3. ¿Desearía visitar el agroturismo de la comunidad con?

Pareja	
Amigos	
Familia	
Solo	

### 4. ¿Cuánto tiempo es estancia en la comunidad de Tolóntag?

1 día	
2 días	
3 días	
Más de 4 días	

**5. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por día, incluyendo el hospedaje, alimentación y tour agroturístico en la comunidad de Tolóntag?**

\$40 -\$60	
\$61 -\$80	
\$81 - \$100	
Más de \$101	

**6. ¿Mediante qué medio prefiere obtener información acerca del agroturismo en la comunidad de Tolóntag?**

Redes sociales	
Emisoras de radio	
Páginas web	
Otros	

**¡Gracias por su colaboración!**

Anexo 4. Encuesta de la variable dependiente: Turismo Sostenible



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**Encuesta dirigida a los Técnicos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca**

Formulario N°. 002

Fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_ Encuestador:

Jeniffer Roxana Haro Haro

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Recopilar datos estadísticos que contribuyan con la investigación sobre el “**Turismo Sostenible**” en la comunidad de Tolóntag.

**INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD**

**De escala de Likert:**

- Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos serán estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Trate de contestar con sinceridad a todas las preguntas.
- Marque con una **X** para indicar su respuesta.
- Responda según su criterio los siguientes enunciados, con la presente valoración, donde:

1 = Muy en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Imparcial

4 = De acuerdo

5 = Muy de acuerdo

**B. INFORMACIÓN GENERAL**

**3. Sexo**

Femenino	
Masculino	

**4. Edad:**

18-25	
26-33	
34-41	
42-49	
+ 50	

**5. ¿Cuál es su nivel de educación?**

Primaria	
Secundaria	
Técnico/ tecnológico	
Tercer nivel	
Cuarto nivel	

## D. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

**Variable Dependiente:** Turismo Sostenible

N°	Dimensiones / Ítems	Escala				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Imparcial	De acuerdo	Muy de acuerdo
		1	2	3	4	5
<b>1</b>	<b>Actividades turísticas</b>					
1.1	Fortalecer técnicamente las actividades turísticas de la comunidad.					
1.2	Implementar prácticas de sostenibilidad para mejorar las actividades y los productos turísticos en la comunidad.					
1.3	El motivo de visita de los turistas es el entorno rural.					
1.4	Diseñar un plan de promoción para los productos turísticos de la comunidad.					
1.5	Los servicios turísticos y la agricultura como una actividad simultánea son un potencial económico para la comunidad.					
1.6	La agricultura puede aportar a los productos y servicios turísticos sostenibles.					
1.7	La actividad agrícola puede generar más ingresos económicos si son utilizados como un atractivo turístico.					
1.8	La actividad agroturística sería factible económica, social y cultural, si se ejecuta en la comunidad.					
<b>2</b>	<b>Impacto social</b>					
2.1	Organizar eventos de sostenibilidad para mejorar de la economía local.					
2.2	La participación ciudadana en las actividades de sostenibilidad turística.					
2.3	Planificar procesos de vinculación con la sociedad.					
2.4	Elevar la calidad de atención al cliente mejorando la relación personal con el visitante.					
2.5	Proyectos agroturísticos mejoran la calidad de vida de sus habitantes.					
<b>3</b>	<b>Impacto ambiental</b>					
3.1	Realizar capacitaciones relacionadas con el medio ambiente.					
3.2	La preservación y conservación de los recursos naturales de la comunidad.					
3.3	Recursos naturales sean aprovechados a través del turismo sostenible.					

3.4	El agroturismo permite enseñar sobre la sostenibilidad y sus beneficios.					
3.6	El turismo sostenible debería mantener un estrecho vínculo con el medio ambiente.					
<b>4</b>	<b>Impacto económico</b>					
4.1	La comercialización de los productos agropecuarios satisface las necesidades básicas.					
4.2	El turismo sostenible puede convertirse en una fuente de crecimiento para la economía local.					
4.3	Agroturismo genera crecimiento de empleo.					
4.5	La actividad turística beneficia económicamente a la comunidad.					
4.6	Diversidad de oferta turística incrementa el flujo turístico a la comunidad.					

## E. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

### 1. ¿Cuáles cree que serán los principales retos para el turismo sostenible dentro de la comunidad?

Escasa economía	
Mala organización en la comunidad	
Débil información agroturística	
Débil gestión turística	

### 2. ¿Cree que las personas están aptas para llevar el total control y manejo de los recursos naturales?

Si	
No	

### 3. ¿Qué acciones se debería tener a futuro para fortalecer el turismo sostenible?

Capacitaciones constantes	
Equipos de trabajo adecuados	
Desarrollo de promociones y marketing	
Gestiones para que las organizaciones jurídicas	

### 4. ¿Cómo lograría socializar a los habitantes de la comunidad para ampliar sus conocimientos en el tema abordado?

Programas y cursos virtuales	
Programas y cursos prácticas	
Salidas de campo internas	
Salidas de campo externas	

### 5. ¿Cree que la comunidad logre obtener beneficios que logren mejorar su economía local?

Si	
No	

¡Gracias por su colaboración!

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS

*Variable Independiente: Agroturismo (Turistas)*

### 1. Sexo

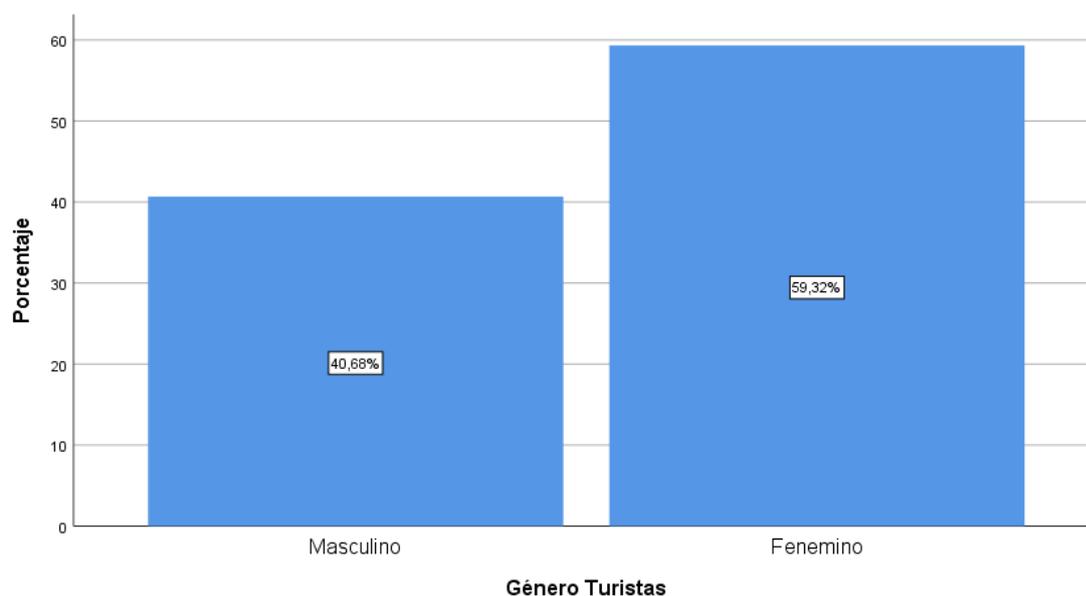
**Tabla 26.** Sexo

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Masculino	48	40,68	40,68	40,68
	Femenino	70	59,32	59,32	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 3.** Sexo



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 59,32% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag denotan que pertenecen al sexo femenino, mientras que, el 40,68% hace hincapié al sexo masculino.

## 2. Edad

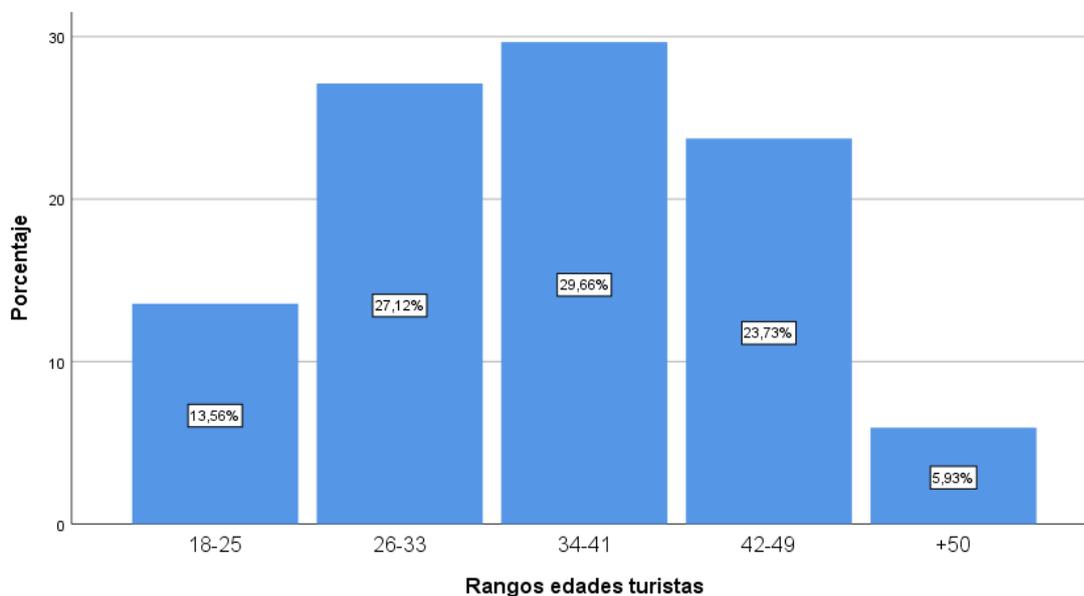
Tabla 27. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	16	13,56	13,56	13,56
	26-33	32	27,12	27,12	40,68
	34-41	35	29,66	29,66	70,34
	42-49	28	23,73	23,73	94,07
	+50	7	5,93	5,93	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 4. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 29,66% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag abordan una edad de 31-41 años, el 27,12% oscila entre 26-33 años, el 23,73% tienen 42-29 años y el 5,93% mantienen más de 50 años.

### 3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

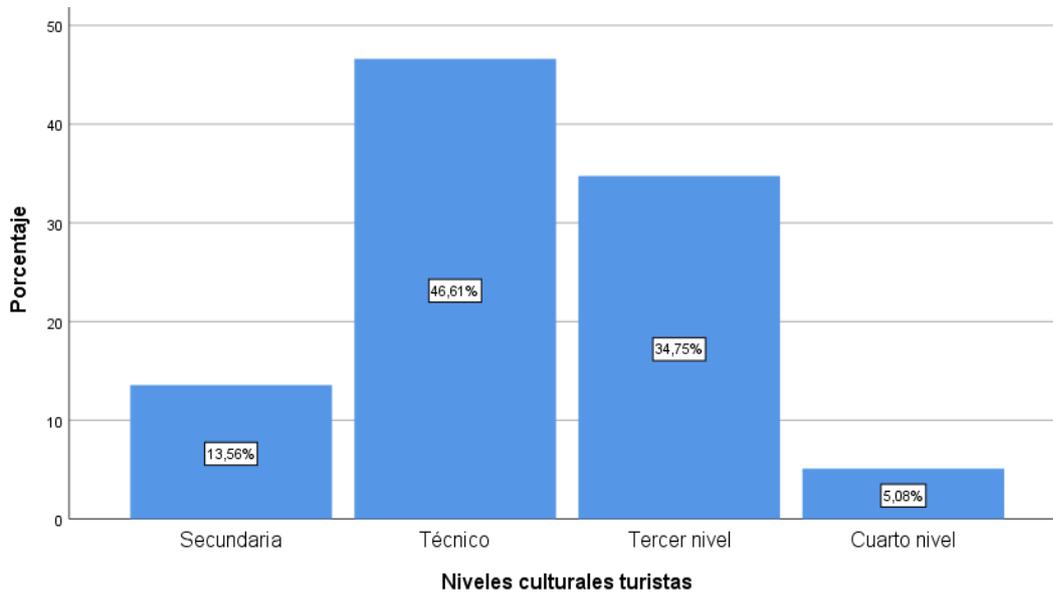
Tabla 28. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	16	13,56	13,56	13,56
	Técnico	55	46,61	46,61	60,17
	Tercer nivel	41	34,75	34,75	94,92
	Cuarto nivel	6	5,08	5,08	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 5. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Bajo la encuesta aplicada a los turistas de la parroquia de Píntag se observa que el 46,61% tienen un nivel técnico/tecnológico, un 34,75% tienen un tercer nivel, un 13,56% pertenecen a un nivel de secundaria y un 5,08% mantienen un cuarto nivel.

#### 4. Los emprendimientos generados por las asociaciones locales tienen una alta incidencia en el desarrollo del agroturismo.

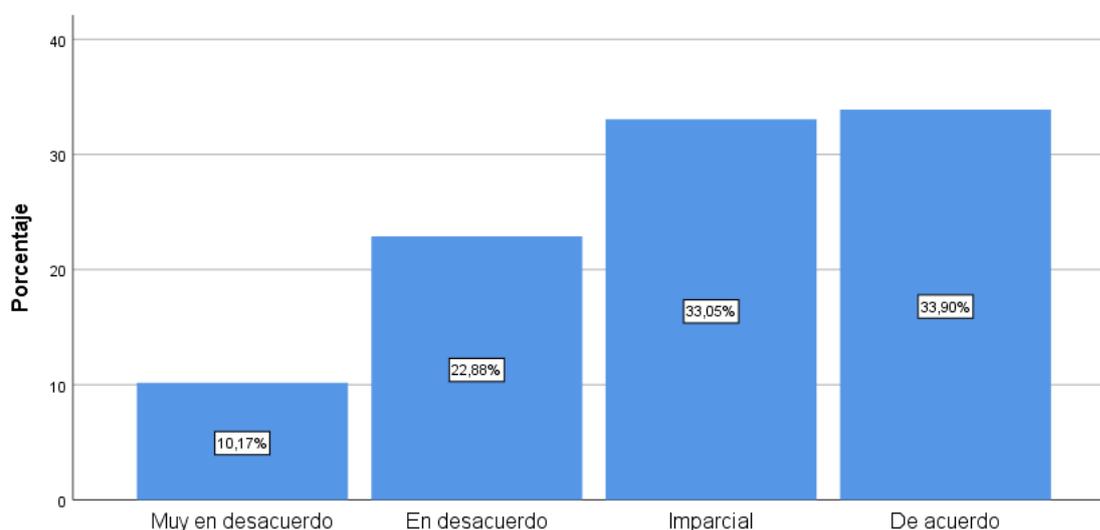
**Tabla 29.** Emprendimientos generados por las asociaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	12	10,17	10,17	10,17
	En desacuerdo	27	22,88	22,88	33,05
	Imparcial	39	33,05	33,05	66,10
	De acuerdo	40	33,90	33,90	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 6.** Emprendimientos generados por las asociaciones



**Los emprendimientos generados por las asociaciones locales tienen una alta incidencia en el desarrollo del agroturismo.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 33,90% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con los emprendimientos generados por las asociaciones locales, mientras que el 33,05% se encuentra imparcial, el 22,88% está en desacuerdo y 10,17% está muy en desacuerdo con los emprendimientos generados por las asociaciones locales.

## 5. Existe apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales en el desarrollo de emprendimientos agroturísticos.

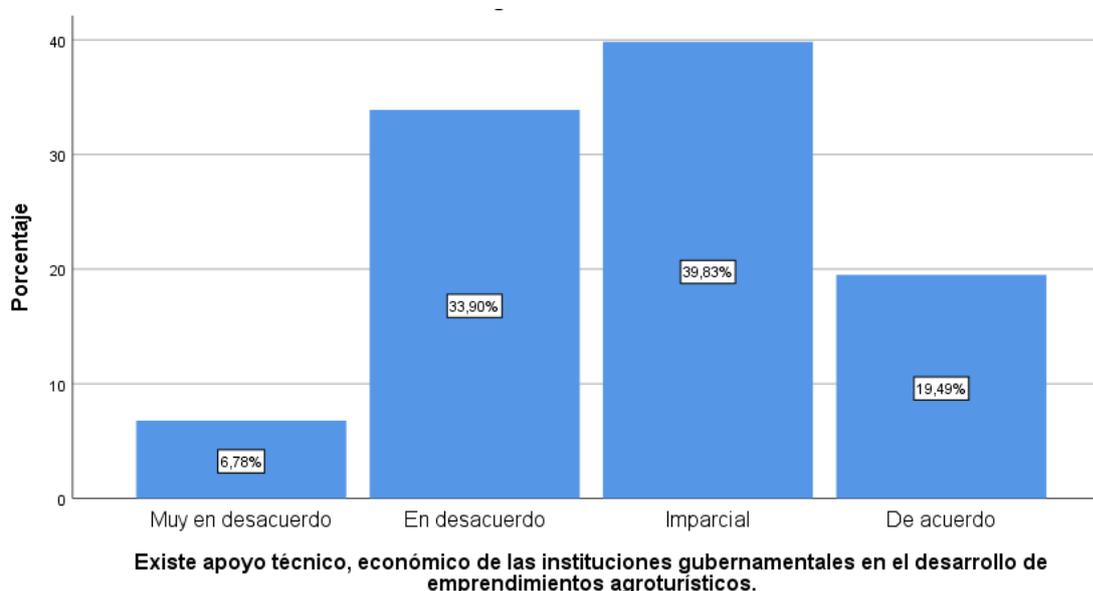
**Tabla 30.** Apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	8	6,78	6,78	6,78
	En desacuerdo	40	33,90	33,90	40,68
	Imparcial	47	39,83	39,83	80,51
	De acuerdo	23	19,49	19,49	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 7.** Apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 19,49% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con el apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales, mientras que el 39,83% se encuentra imparcial, el 33,90% está en desacuerdo y 6,78% está muy en desacuerdo con el apoyo técnico, económico de las instituciones gubernamentales.

## 6. Los emprendimientos agroturísticos pueden convertirse en una fuente de ingresos económicos.

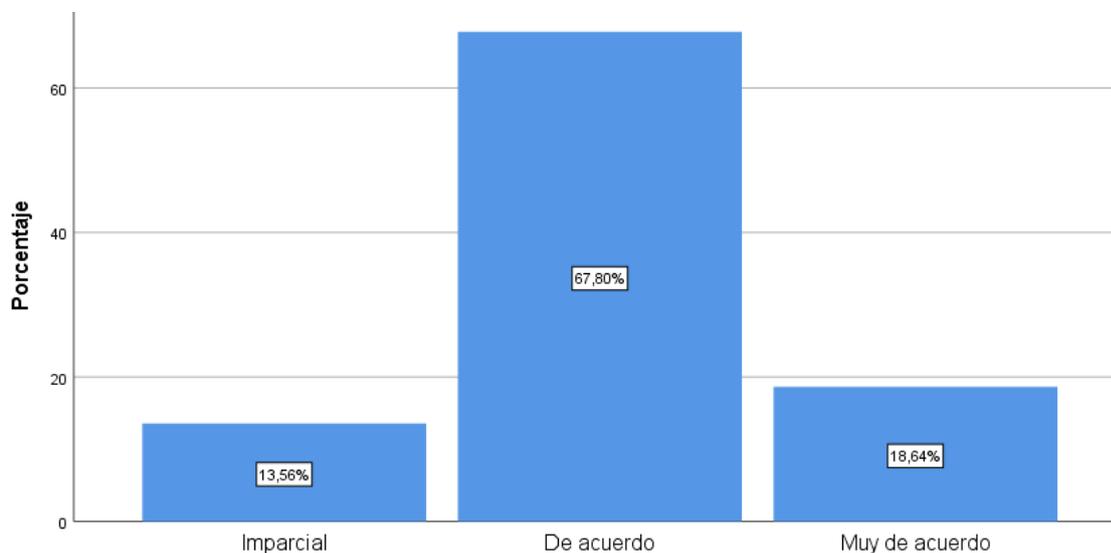
**Tabla 31.** Emprendimientos agroturísticos como fuente de ingresos económicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	16	13,56	13,56	13,56
	De acuerdo	80	67,80	67,80	81,36
	Muy de acuerdo	22	18,64	18,64	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 8.** Emprendimientos agroturísticos como fuente de ingresos económicos



**Los emprendimientos agroturísticos pueden convertirse en una fuente de ingresos económicos.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 18,64% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo que los emprendimientos agroturísticos son una fuente de ingresos económicos, mientras que el 67,80% se encuentra de acuerdo y 13,56% está imparcial.

## 7. Los emprendimientos agroturísticos logran fomentar el valor del patrimonio natural y cultural de la localidad.

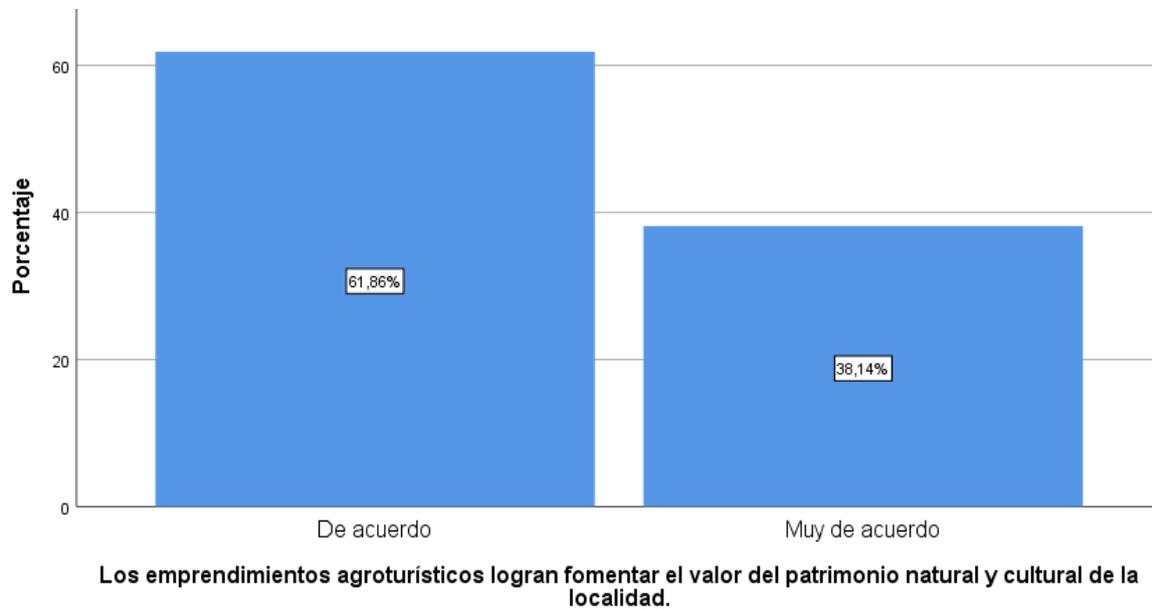
**Tabla 32.** Emprendimientos agroturísticos y el valor del patrimonio natural y cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	73	61,86	61,86	61,86
	Muy de acuerdo	45	38,14	38,14	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 9.** Emprendimientos agroturísticos y el valor del patrimonio natural y cultural



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 38,14% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo que los emprendimientos agroturísticos logran mantener un principal valor del patrimonio natural y cultural, mientras que el 61,86% restante de los encuestados se encuentra de acuerdo.

## 8. Existe capacitación frecuente al personal en emprendimientos agroturísticos.

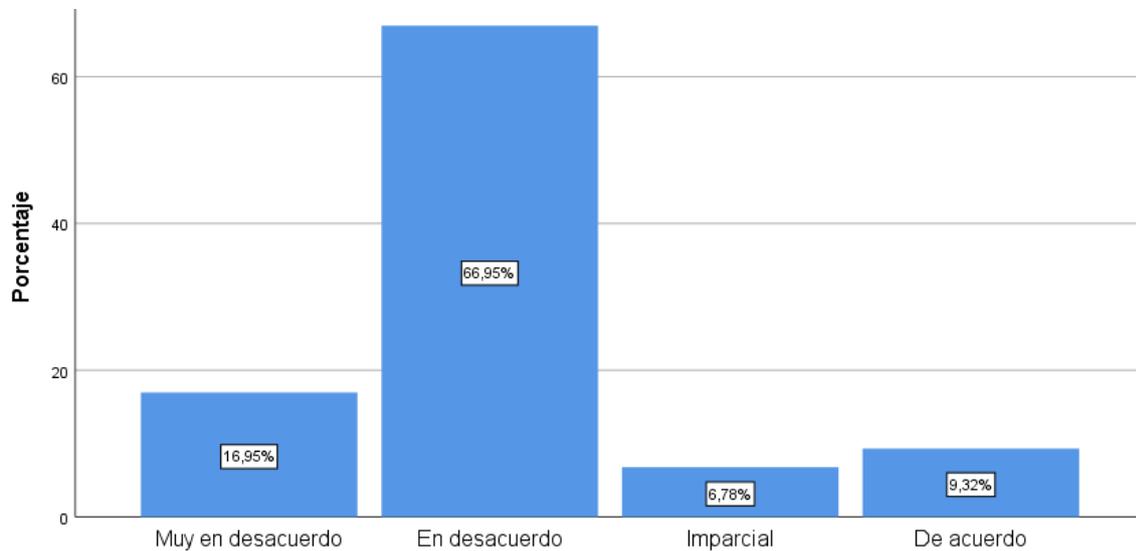
**Tabla 33.** Capacitación en emprendimientos agroturísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	20	16,95	16,95	16,95
	En desacuerdo	79	66,95	66,95	83,9
	Imparcial	8	6,78	6,78	90,68
	De acuerdo	11	9,32	9,32	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 10.** Capacitación en emprendimientos agroturísticos



**Existe capacitación frecuente al personal en emprendimientos agroturísticos.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 9,32% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con las capacitaciones en los emprendimientos agroturísticos, mientras que el 6,78% se encuentra imparcial, el 66,95% está en desacuerdo y 16,95% está muy en desacuerdo con las capacitaciones en los emprendimientos agroturísticos.

## 9. La comunidad local mantiene un excelente vínculo con proveedores de insumos para el agroturismo.

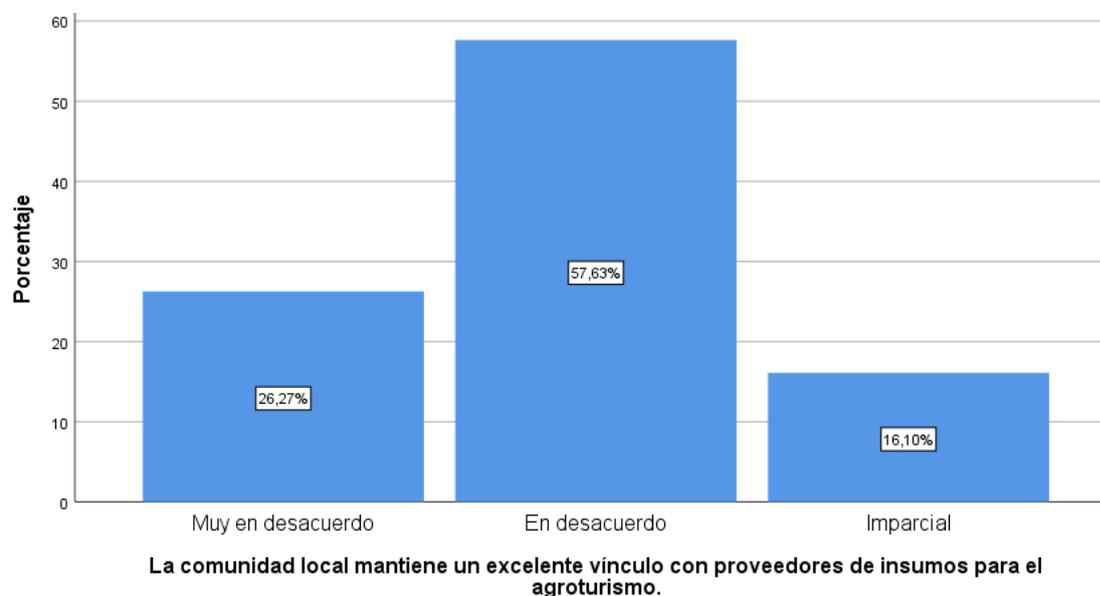
**Tabla 34.** Vínculo con proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	31	26,27	26,27	26,27
	En desacuerdo	68	57,63	57,63	83,9
	Imparcial	19	16,63	16,63	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 11.** Vínculo con proveedores



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 16,10% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran imparciales con los vínculos de los proveedores agroturísticos, mientras que el 57,63% se encuentra en desacuerdo y 26,27% está muy en desacuerdo con los vínculos de los proveedores agroturísticos.

## 10. Las relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad local son óptimas para ejecutar proyectos de agroturismo.

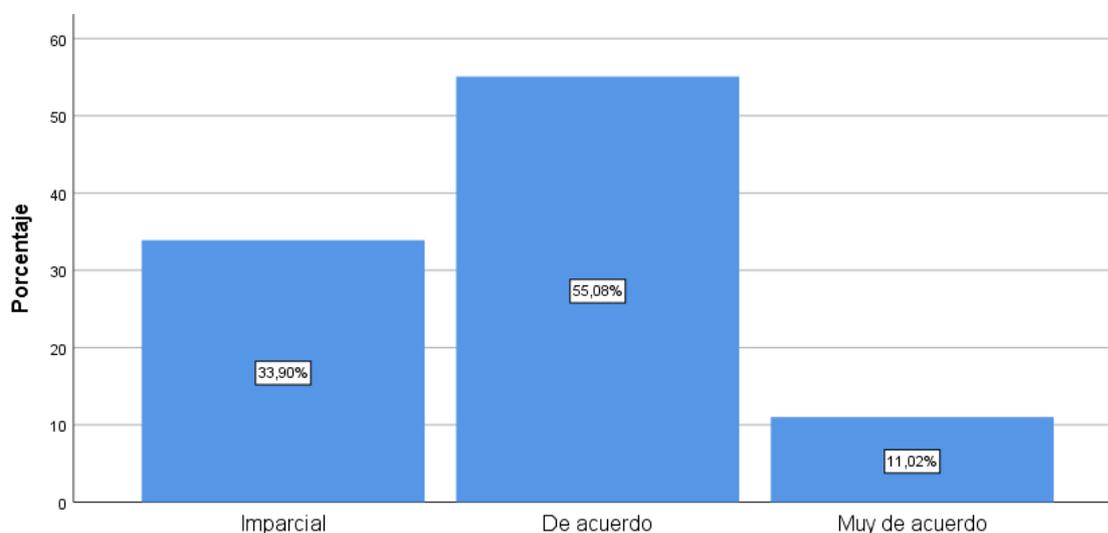
**Tabla 35.** Relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Imparcial	40	33,90	33,90	33,90
	De acuerdo	65	55,08	55,08	88,98
	Muy de acuerdo	13	11,02	11,02	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 12.** Relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad



**Las relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad local son óptimas para ejecutar proyectos de agroturismo.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 11,02% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con las relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad, mientras que el 55,08% se encuentra de acuerdo y 33,90% está imparcial con las relaciones interpersonales de los pobladores de la comunidad.

## 11. Los habitantes demuestran un excelente estándar de comportamiento frente a los turistas que visitan la comunidad.

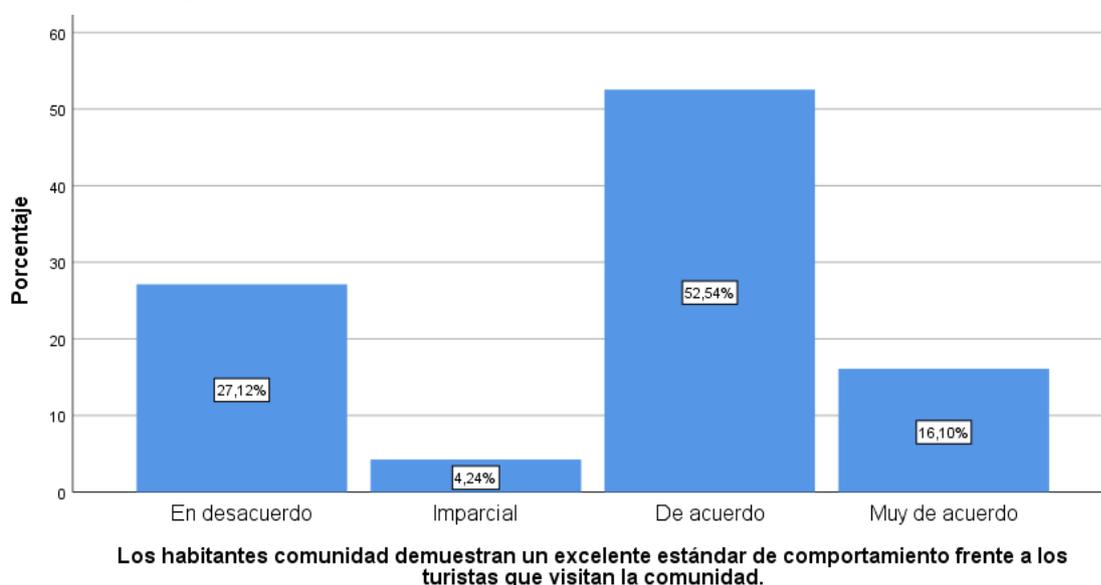
**Tabla 36.** Comportamiento frente a los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	32	27,12	27,12	27,12
	Imparcial	5	4,24	4,24	31,36
	De acuerdo	62	52,54	52,54	83,90
	Muy de acuerdo	19	16,10	16,10	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 13.** Comportamiento frente a los turistas



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 16,10% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con el comportamiento de los habitantes frente a los turistas, mientras que el 52,54% se encuentra de acuerdo, el 4,24% está imparcial y el 27,12% está en desacuerdo con el comportamiento de los habitantes frente a los turistas.

## 12. Existe capacitación en estándares de comportamiento, destrezas, habilidades comunicacionales en turismo.

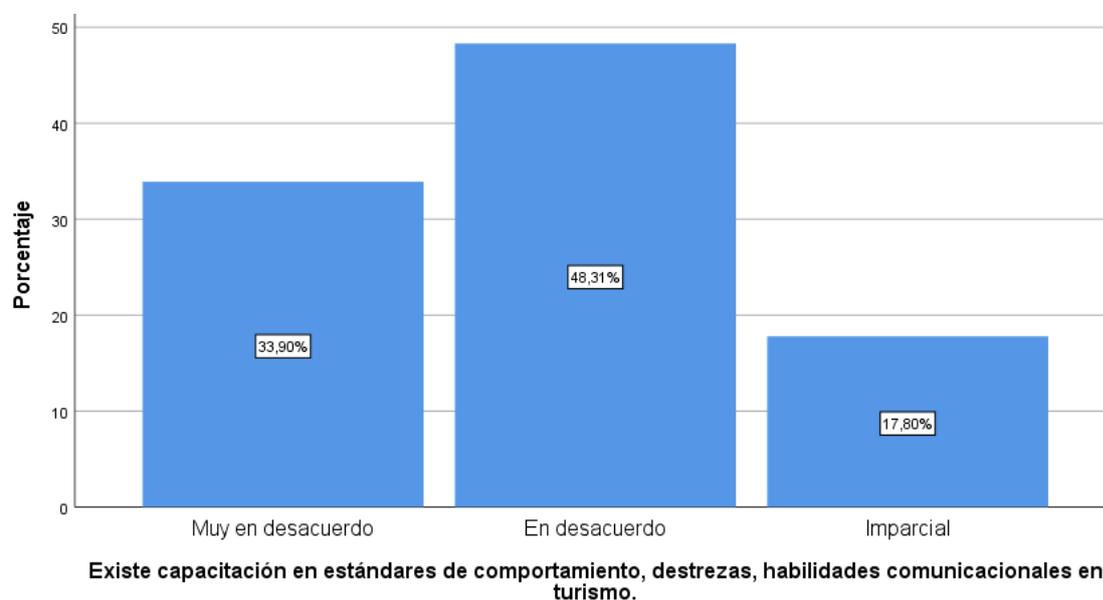
**Tabla 37.** Capacitación de comportamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	40	33,90	33,90	33,90
	En desacuerdo	57	48,31	48,30	82,20
	Imparcial	21	17,80	17,80	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 14.** Capacitación de comportamiento



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 17,80% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran imparciales con la capacitación del comportamiento de los habitantes frente a los turistas, mientras que el 48,31% se encuentra en desacuerdo y el 33,90% está muy en desacuerdo con la capacitación del comportamiento de los habitantes frente a los turistas.

### 13. Ineficiente plan de promoción de los servicios turísticos que oferta la comunidad.

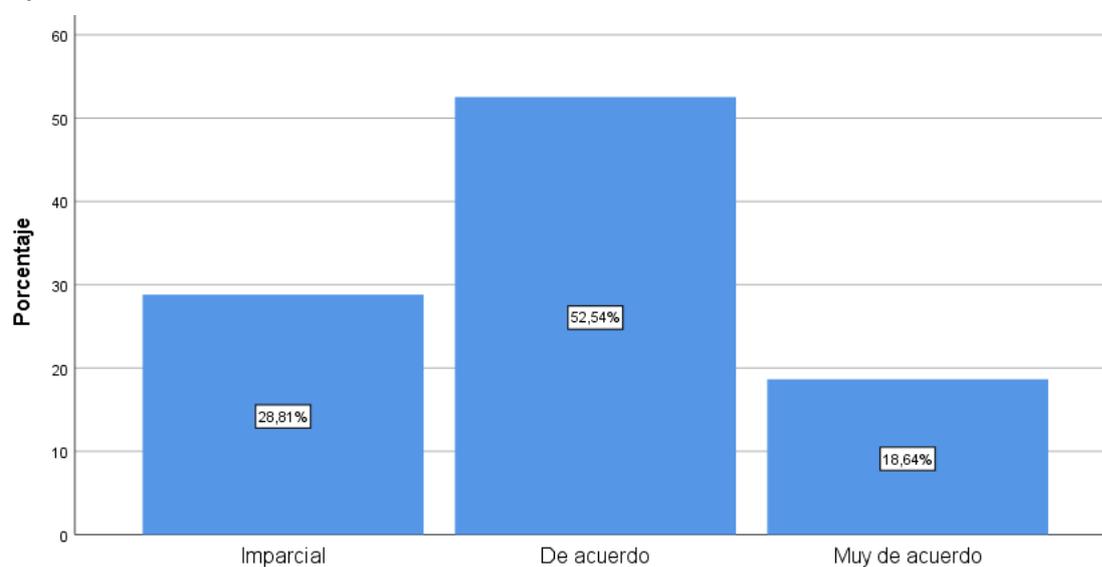
Tabla 38. Promoción de servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	34	28,81	28,81	28,81
	De acuerdo	62	52,54	52,54	81,35
	Muy de acuerdo	22	18,64	18,64	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 15. Promoción de servicios turísticos



Ineficiente plan de promoción de los servicios turísticos que oferta la comunidad.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 18,64% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de muy acuerdo con la ineficiente promoción de servicios turísticos, mientras que el 52,54% se encuentra de acuerdo y el 28,81% está imparcial con la ineficiente promoción de servicios turísticos.

## 14. Los servicios turísticos ofertados en la comunidad logran satisfacer las expectativas del turista.

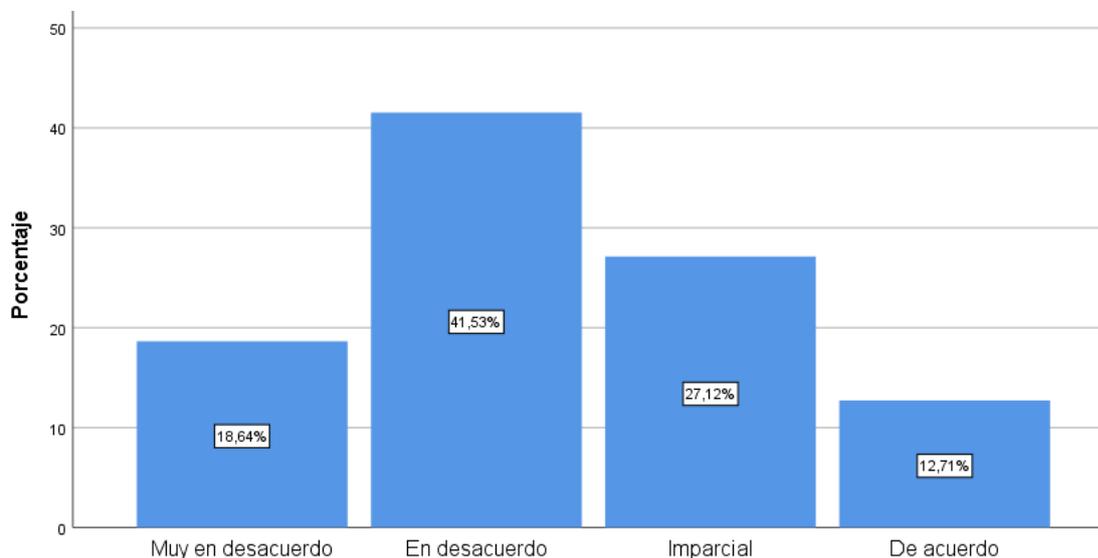
**Tabla 39.** Servicios turísticos ofertados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	22	18,64	18,64	18,64
	En desacuerdo	49	41,53	41,53	60,17
	Imparcial	32	27,12	27,12	87,29
	De acuerdo	15	12,71	12,71	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 16.** Servicios turísticos ofertados



**Los servicios turísticos ofertados en la comunidad logran satisfacer las expectativas del turista.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 12,71% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con los servicios turísticos ofertados a los turistas, mientras que el 21,12% se encuentra imparcial, el 41,53% está en desacuerdo y el 18,64% está muy en desacuerdo con los servicios turísticos ofertados a los turistas.

## 15. Mayor asesoría técnica, capacitaciones, para mejorar los servicios turísticos y su calidad.

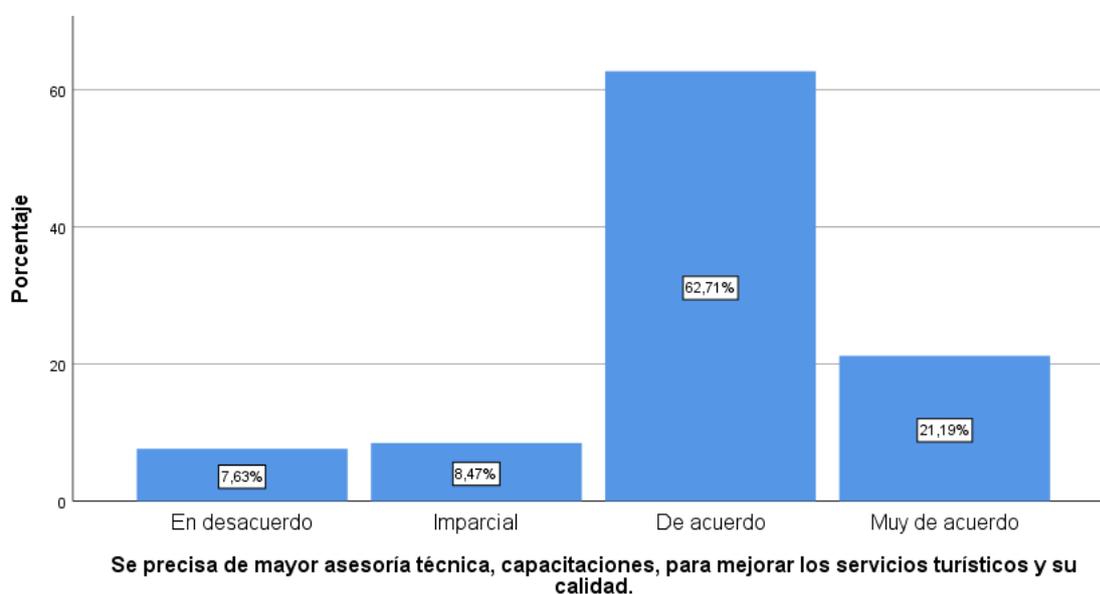
**Tabla 40.** Asesoría técnica para mejorar los servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	7,63	7,63	7,63
	Imparcial	10	8,47	8,47	16,10
	De acuerdo	74	62,71	62,71	78,81
	Muy de acuerdo	25	21,19	21,19	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 17.** Asesoría técnica para mejorar los servicios turísticos



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 21,19% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con la asesoría técnica para mejorar los servicios turísticos, mientras que el 62,71% se encuentra de acuerdo, el 8,47% está imparcial y el 7,63% está muy en desacuerdo con la asesoría técnica para mejorar los servicios turísticos.

## 16. Las rutas de transporte son suficientes para movilizarse hacia la comunidad.

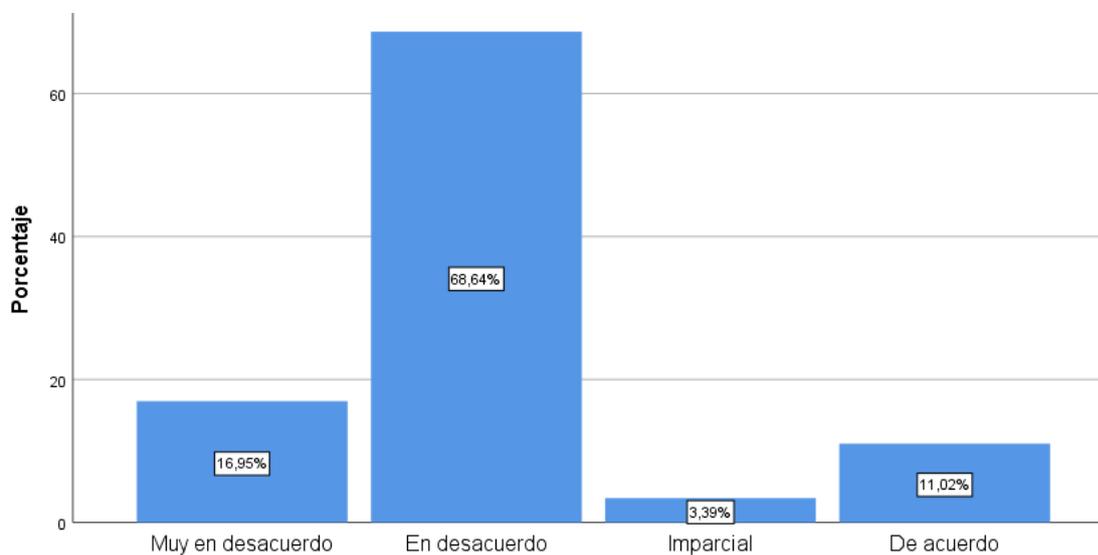
Tabla 41. Rutas de transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	20	16,95	16,95	16,95
	En desacuerdo	81	68,64	68,64	85,59
	Imparcial	4	3,39	3,39	88,98
	De acuerdo	13	11,02	11,02	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 18. Rutas de transporte



Las rutas de transporte son suficientes para movilizarse hacia la comunidad.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 11,02% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con las rutas de transportes dentro de la comunidad, mientras que el 3,39% se encuentra imparcial, el 68,64% está muy en desacuerdo y el 16,95% está muy en desacuerdo con las rutas de transportes dentro de la comunidad.

## 17. Los habitantes de la comunidad están capacitados en temáticas de servicio y calidad para un óptimo hospedaje en sus viviendas.

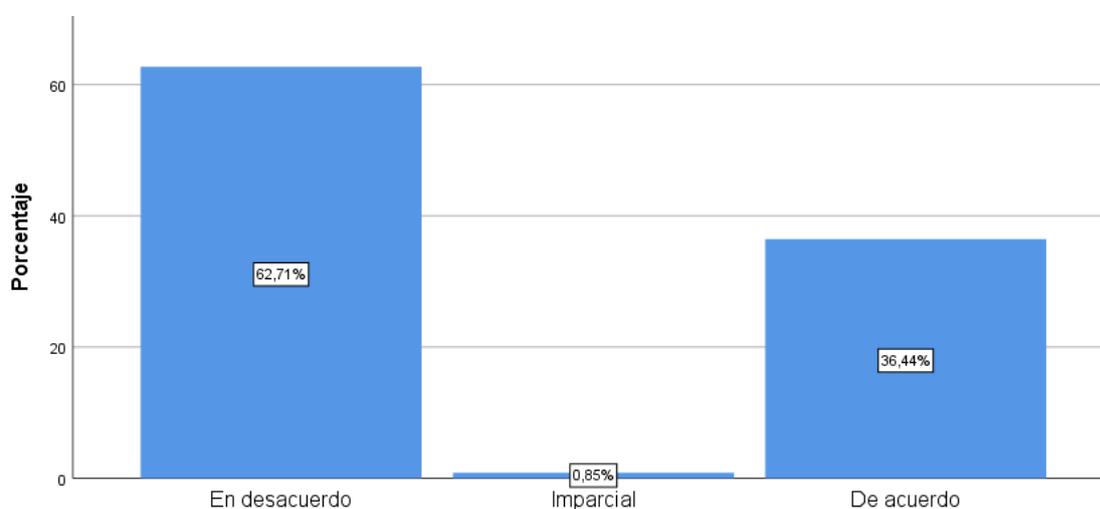
**Tabla 42.** Habitantes capacitados en el hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	74	62,71	62,71	62,71
	Imparcial	1	0,85	0,85	63,56
	De acuerdo	43	36,44	36,44	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 19.** Habitantes capacitados en el hospedaje



**Los habitantes de la comunidad están capacitados en temáticas de servicio y calidad para un óptimo hospedaje en sus viviendas.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 36,44% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con las capacitaciones que deben mantener los habitantes para un óptimo hospedaje en sus viviendas, mientras que el 0,85% se encuentra imparcial y el 62,71% está en desacuerdo con las capacitaciones que deben mantener los habitantes para un óptimo hospedaje en sus viviendas.

## 18. Los turistas reciben una correcta información acerca de todos los servicios turísticos de recreación existentes en la comunidad.

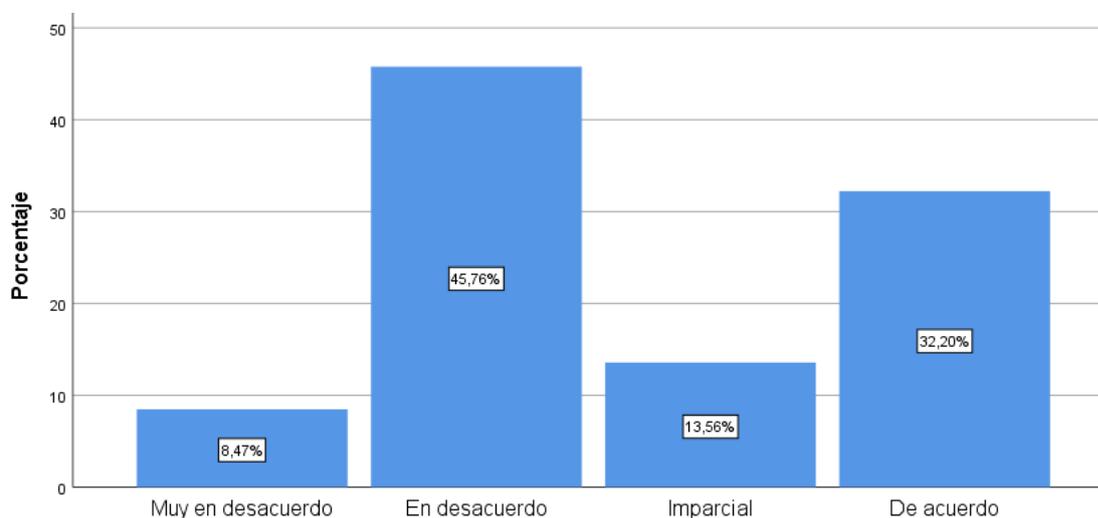
**Tabla 43.** Correcta información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	10	8,47	8,47	8,47
	En desacuerdo	54	45,76	45,76	54,23
	Imparcial	16	13,56	13,56	67,80
	De acuerdo	38	32,20	32,20	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 20.** Correcta información



**Los turistas reciben una correcta información acerca de todos los servicios turísticos de recreación existentes en la comunidad.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 32,20% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con la correcta información de todos los servicios turísticos, mientras que el 13,56% se encuentra imparcial, el 45,76% está en desacuerdo y el otro 8,47% está muy en desacuerdo con la correcta información de todos los servicios turísticos.

## 19. Los actuales servicios turísticos de recreación logran cumplir con las expectativas de los turistas.

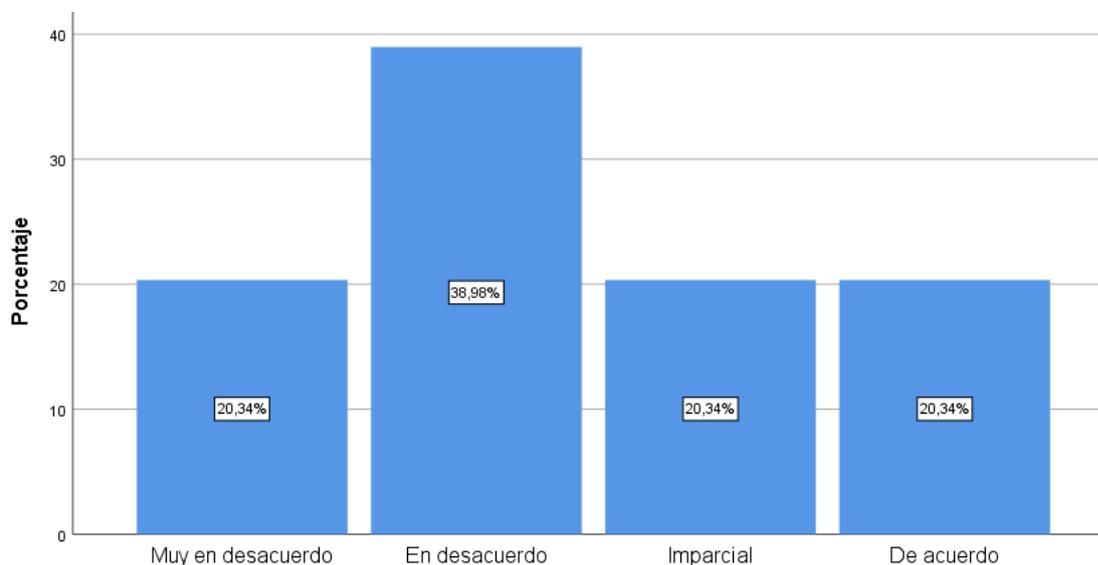
**Tabla 44.** Servicios turísticos como expectativas de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	24	20,34	20,34	20,34
	En desacuerdo	46	38,98	38,98	59,32
	Imparcial	24	20,34	20,34	79,66
	De acuerdo	24	20,34	20,34	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 21.** Servicios turísticos como expectativas de los turistas



**Los actuales servicios turísticos de recreación logran cumplir con las expectativas de los turistas.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 20,34% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con los actuales servicios turísticos, mientras que el 38,98% está en desacuerdo y el otro 20,34% está imparcial y muy en desacuerdo con los actuales servicios turísticos.

**20. Se trasmite el conocimiento de técnicas agropecuarias como: siembra, cosecha, regadío, control y manejo de las plantas y producción pecuaria (animales).**

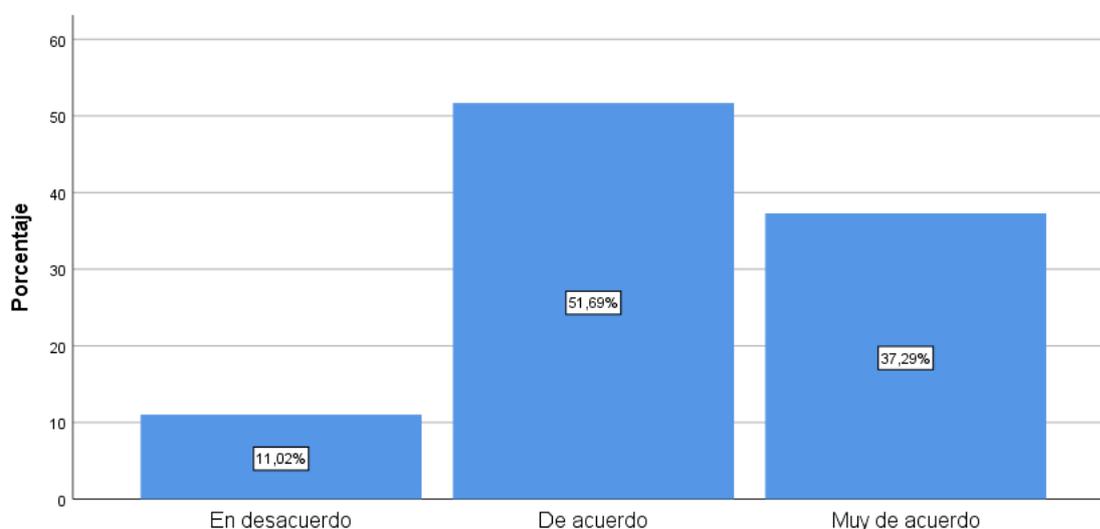
**Tabla 45.** Conocimiento de técnicas agropecuarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	13	11,02	11,02	11,02
	De acuerdo	61	51,69	51,69	62,71
	Muy de acuerdo	44	37,29	37,29	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 22.** Conocimiento de técnicas agropecuarias



**Se trasmite el conocimiento familiar de técnicas agropecuarias como: siembra, cosecha, regadío, control y manejo de las plantas y producción pecuaria (animales).**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 37, 29% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con la transmisión de conocimientos y técnicas agropecuarias por parte de los habitantes, mientras que el 51,69% se encuentra de acuerdo y 11,02% está en desacuerdo con la transmisión de conocimientos y técnicas agropecuarias por parte de los habitantes.

## 21. La comunidad participa en un plan agroturístico, programas, proyectos.

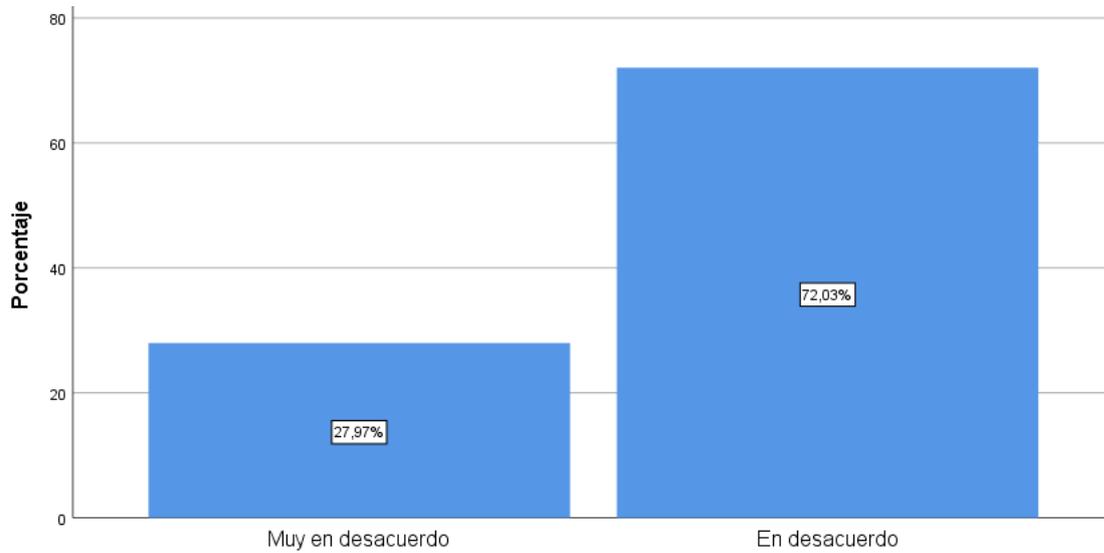
Tabla 46. Participación de un plan agroturístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	33	27,97	27,97	27,97
	En desacuerdo	85	72,03	72,03	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 23. Participación de un plan agroturístico



La comunidad participa en un plan agroturístico, programas, proyectos.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 72,03% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran de acuerdo con la participación de la comunidad en un plan agroturístico, mientras que el 27,97% se encuentra muy en desacuerdo.

## 22. La comunidad tiene un alto nivel de conocimiento, sobre el manejo ancestral de los cultivos.

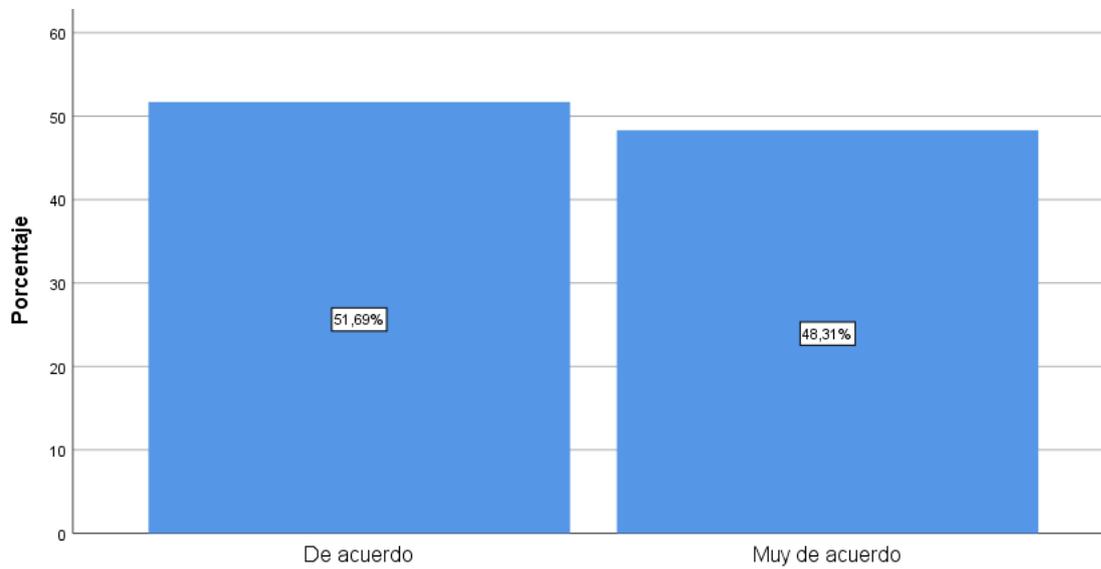
**Tabla 47.** Nivel de conocimiento acerca de los cultivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	61	51,69	51,69	51,69
	Muy de acuerdo	57	48,31	48,31	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 24.** Nivel de conocimiento acerca de los cultivos



**La comunidad tiene un alto nivel de conocimiento, sobre el manejo ancestral de los cultivos.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 48,31% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con los conocimientos que mantiene la comunidad acerca del manejo ancestral de cultivos, mientras que el 51,69% se encuentra de acuerdo.

### 23. La producción agropecuaria de la comunidad tiene el suficiente abastecimiento de sus productos, garantizando seguridad alimentaria.

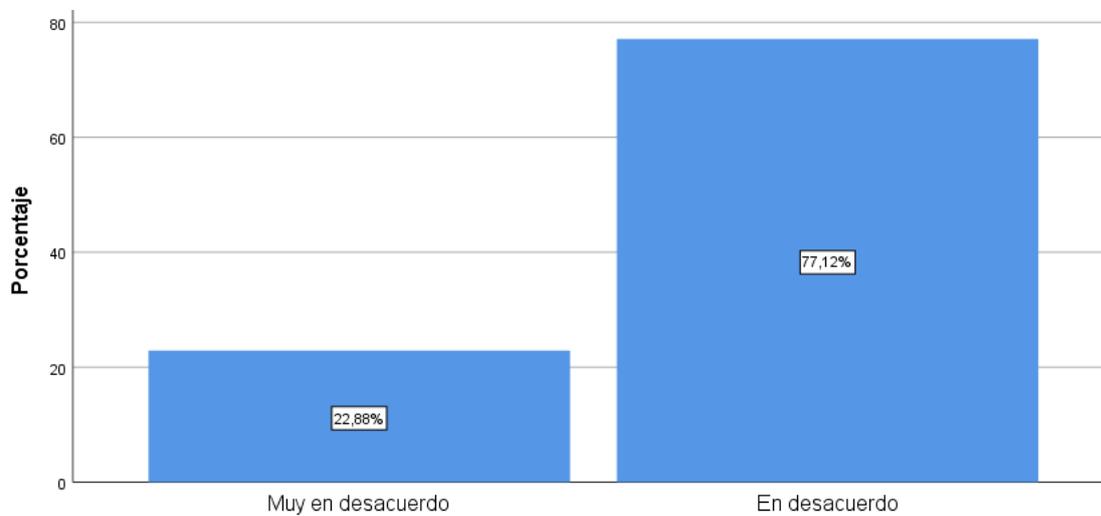
Tabla 48. Abastecimiento de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	27	22,88	22,88	22,88
	En desacuerdo	91	77,12	77,12	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 25. Abastecimiento de productos



La producción agropecuaria de la comunidad tiene el suficiente abastecimiento de sus productos, garantizando seguridad alimentaria.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 77,12% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran en desacuerdo con el abastecimiento de productos agropecuarios, mientras que el 22,88% se encuentra muy en desacuerdo.

## 24. Los productos agropecuarios ayudan a incrementar los ingresos económicos de la comunidad.

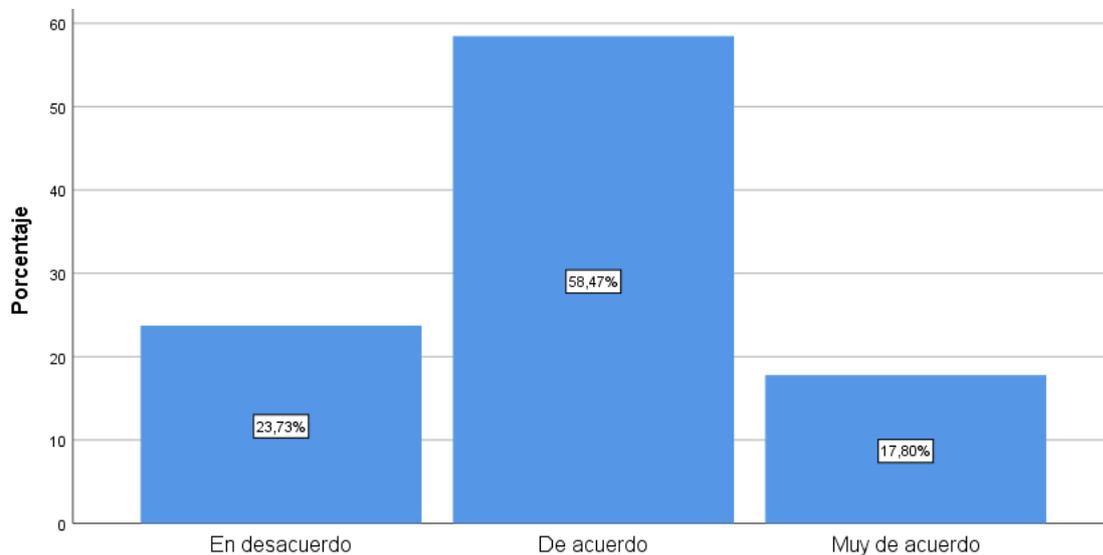
**Tabla 49.** Productos agropecuarios como ingresos económicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	28	23,73	23,73	23,73
	De acuerdo	69	58,47	58,47	82,20
	Muy de acuerdo	21	17,80	17,80	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 26.** Productos agropecuarios como ingresos económicos



**Los productos agropecuarios ayudan a incrementar los ingresos económicos de la comunidad.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 17,80% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con los productos agropecuarios como principal fuente de ingresos económicos, mientras que el 58,47% se encuentra de acuerdo y 23,73% restante está en desacuerdo con los productos agropecuarios como principal fuente de ingresos económicos.

## 25. Los productos con una marca de la localidad logran motivar la visita de proyectos de agroturismo.

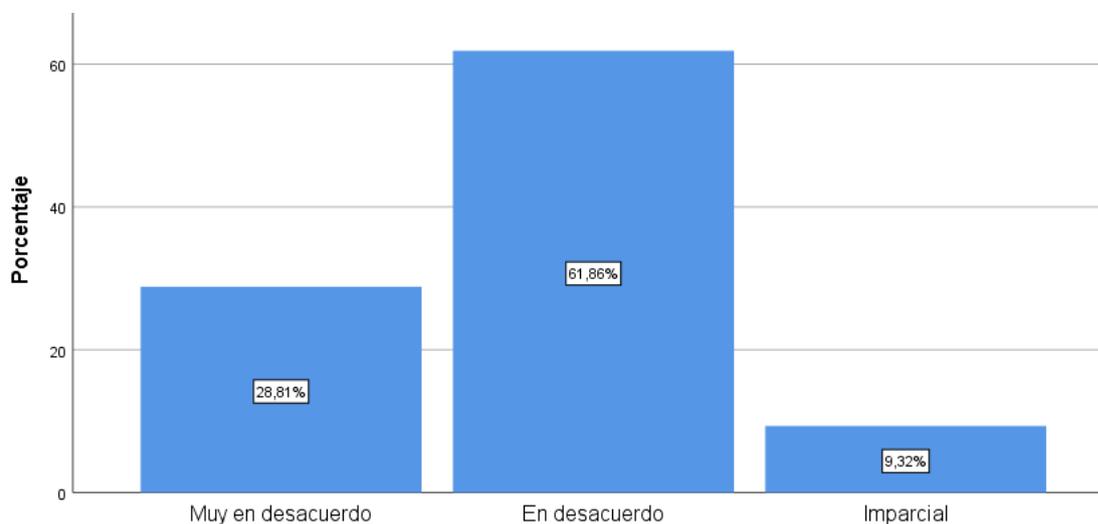
Tabla 50. Marca de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	34	28,81	28,81	28,81
	En desacuerdo	73	61,86	61,86	90,68
	Imparcial	11	9,32	9,32	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 27. Marca de calidad



Los productos con una marca de la localidad logran motivar la visita de proyectos de agroturismo.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 9,32% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran imparciales con la marca de la localidad en los productos, mientras que el 61,86% se encuentra en desacuerdo y 28,81% está muy en desacuerdo.

## 26. Existe suficiente comercialización de productos y servicios generados en los proyectos de agroturismo.

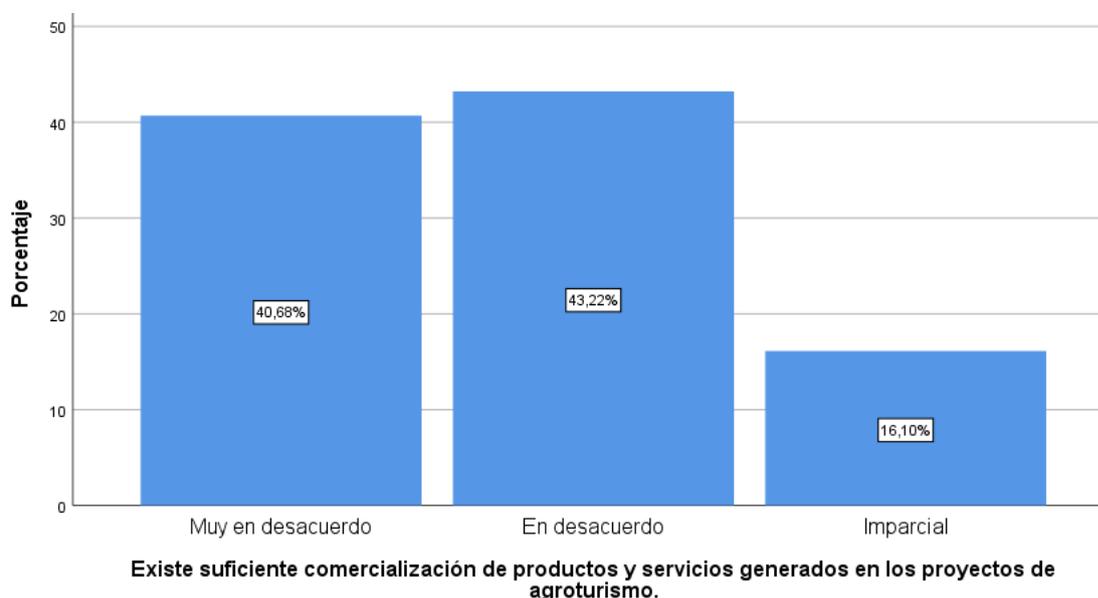
**Tabla 51.** Comercialización de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	48	40,68	40,68	40,68
	En desacuerdo	51	43,22	43,22	83,90
	Imparcial	19	16,10	16,10	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 28.** Comercialización de productos



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 16,10% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran imparciales con la suficiente comercialización de productos y servicios generados por el agroturismo, mientras que el 43,22% se encuentra en desacuerdo y 40,68% está muy en desacuerdo.

**27. Se involucra al visitante en actividades vivenciales agroturísticas de siembra de diferentes cultivos.**

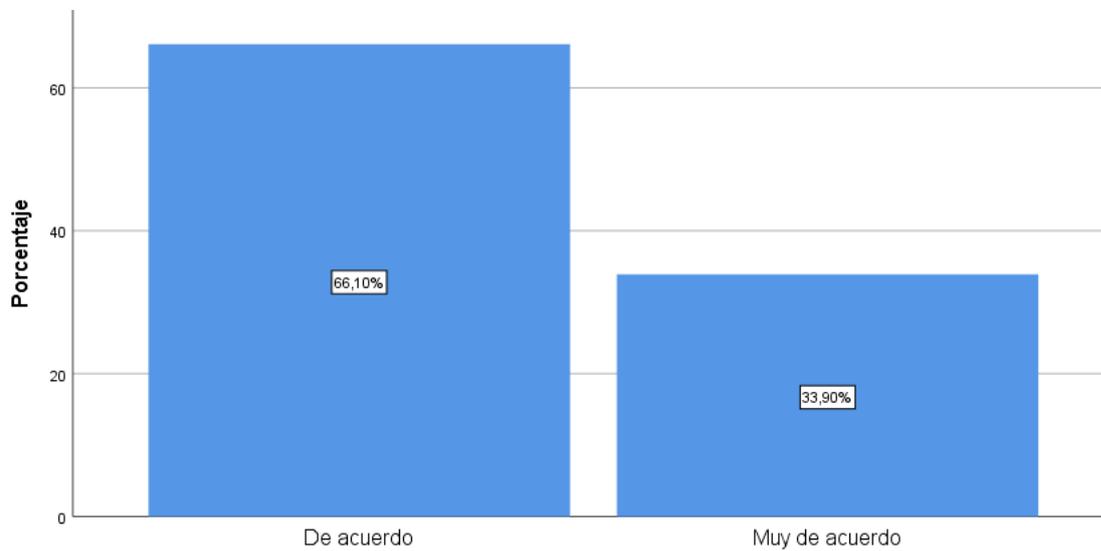
**Tabla 52.** Involucramiento del visitante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	78	66,10	66,10	66,10
	Muy de acuerdo	40	33,90	33,90	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 29.** Involucramiento del visitante



**Se involucra al visitante en actividades vivenciales agroturísticas de siembra de diferentes cultivos.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 33,90% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con el involucramiento de los turistas en las actividades vivenciales agroturísticas de la siembra, mientras que el 66,10% se encuentra de acuerdo.

## 28. El cultivo de productos orgánicos es una oportunidad para el desarrollo del agroturismo.

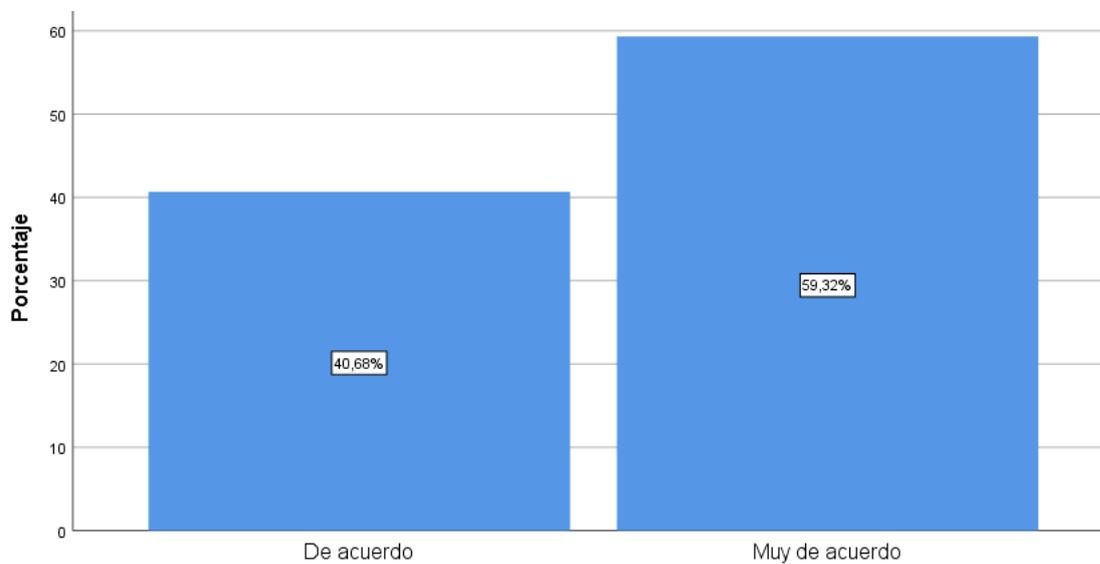
Tabla 53. Oportunidad de desarrollo agrícola

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	48	40,68	40,68	40,68
	Muy de acuerdo	70	59,32	59,32	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 30. Oportunidad de desarrollo agrícola



**El cultivo de productos orgánicos es una oportunidad para el desarrollo del agroturismo.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 59,32% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con el cultivo de productos orgánicos para el desarrollo del agroturismo, mientras que el 40,68% se encuentra de acuerdo.

**29. Es importante capacitarse en interpretación de actividades agroturísticas como: siembra y cosecha de cultivos, alimentación, cuidado y manejo de animales.**

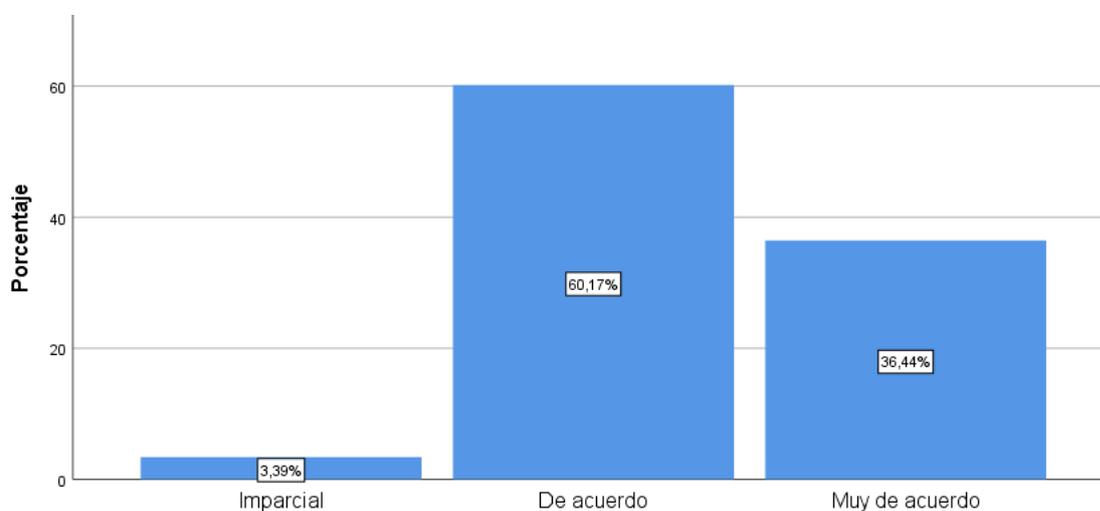
**Tabla 54.** Capacitación en interpretación de actividades agrícolas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	4	3,39	3,39	3,39
	De acuerdo	71	60,17	60,17	63,56
	Muy de acuerdo	43	36,44	36,44	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 31.** Capacitación en interpretación de actividades agrícolas



**Es importante capacitarse en interpretación de actividades agroturísticas como: siembra y cosecha de cultivos, alimentación, cuidado y manejo de animales.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 36,44% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con la capacitación e interpretación de actividades agroturísticas como siembra y cosecha, y, manejo de animales, mientras que el 60,17% se encuentra de acuerdo y el 3,39% restante se encuentra imparcial.

### 30. Los servicios turísticos ofertados permiten participar a turistas en actividades agrícolas y pecuarias.

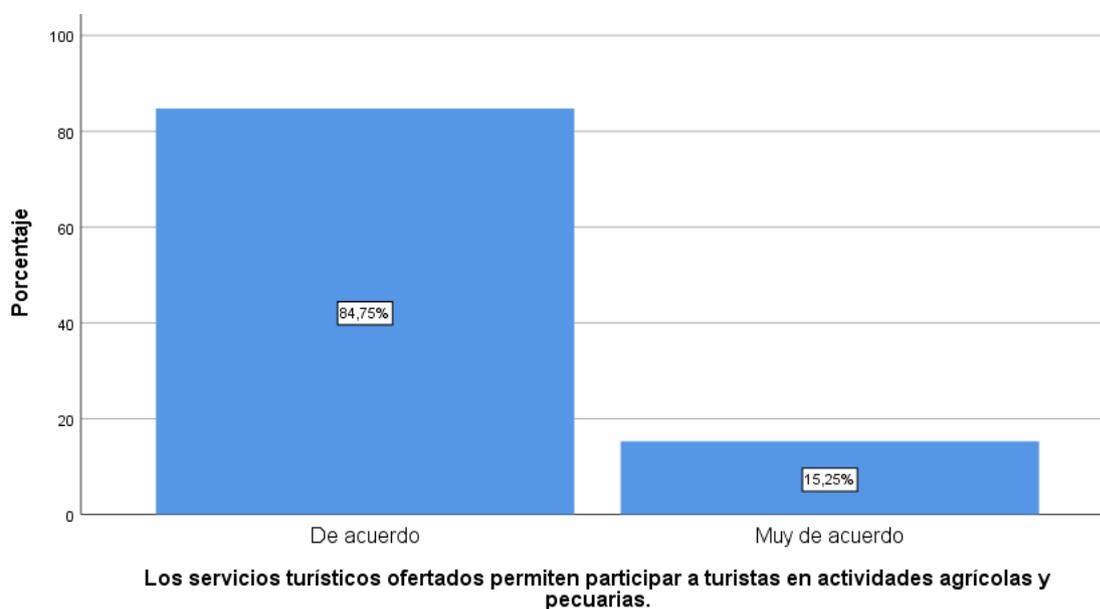
**Tabla 55.** Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	100	84,75	84,75	84,75
	Muy de acuerdo	18	15,25	15,25	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 32.** Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 15,25% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con los servicios turísticos ofertados de las actividades agrícolas y pecuarias, mientras que el 84,75% se encuentra de acuerdo.

### 31. La participación en la actividad agrícola y pecuaria fomenta la valorización del patrimonio natural y cultural.

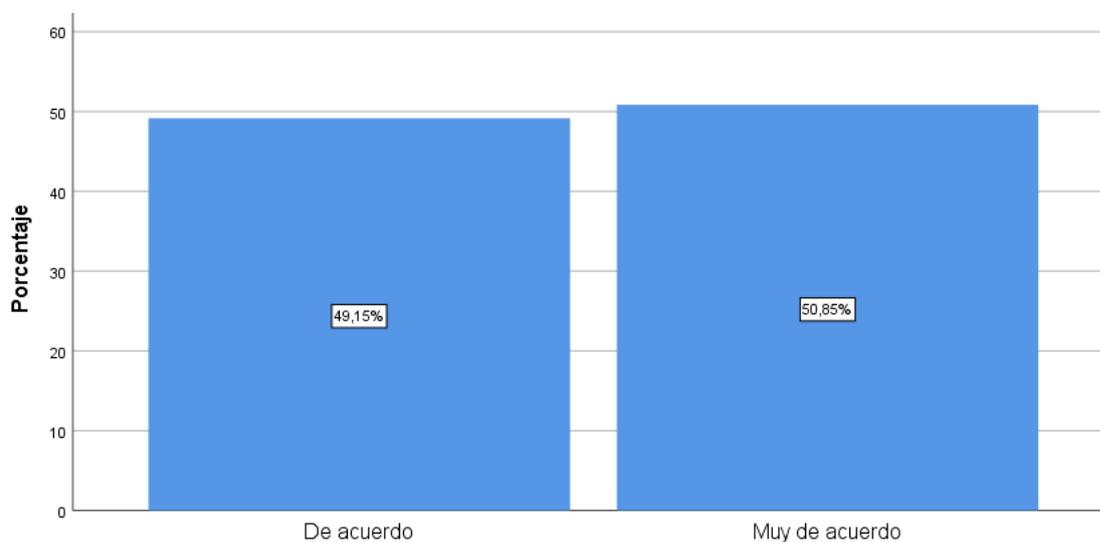
**Tabla 56.** Participación de la actividad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	58	49,15	49,15	49,15
	Muy de acuerdo	60	50,85	50,85	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 33.** Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados



**La participación en la actividad agrícola y pecuaria fomenta la valorización del patrimonio natural y cultural.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 50,85% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con la participación de la actividad agrícola y pecuaria que fomenta la valorización del patrimonio natural u cultural, mientras que el 49,15% se encuentra de acuerdo.

### 32. Es prioritario planificar estrategias agroturísticas.

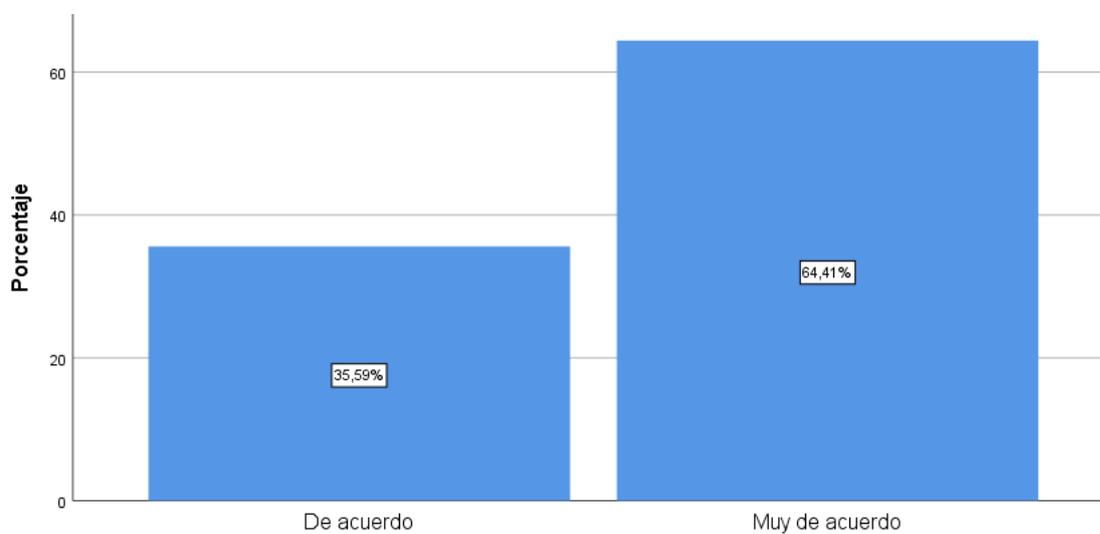
Tabla 57. Planificación de estrategias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	42	35,59	35,59	35,59
	Muy de acuerdo	76	64,41	64,41	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 34. Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados



Es prioritario planificar estrategias agroturísticas.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 64,41% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con priorizar la planificación de estrategias agroturísticas, mientras que el 35,59% se encuentra de acuerdo.

### 33. Es importante el gestionar financiamiento para ejecutar estrategias agroturísticas.

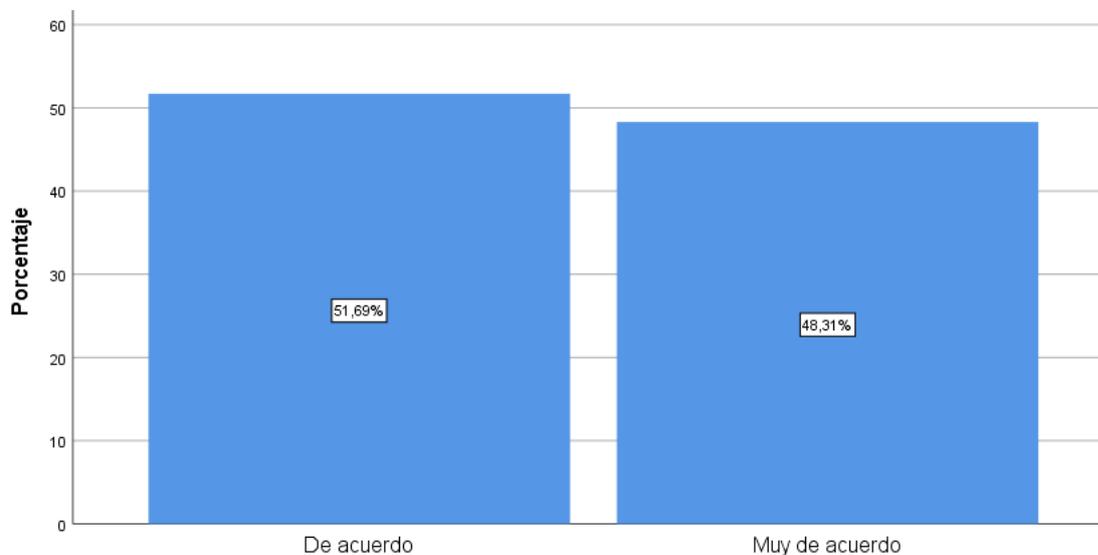
Tabla 58. Gestión del financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	61	51,69	51,69	51,69
	Muy de acuerdo	57	48,31	48,31	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 35. Servicios turísticos agrícolas y pecuarios ofertados



Es importante el gestionar financiamiento para ejecutar estrategias agroturísticas.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 48,31% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran muy de acuerdo con la gestión de financiamiento para las estrategias agroturísticas, mientras que el 51,69% se encuentra de acuerdo.

### 34. ¿Cuáles actividades agroturísticas desearía realizar en la comunidad?

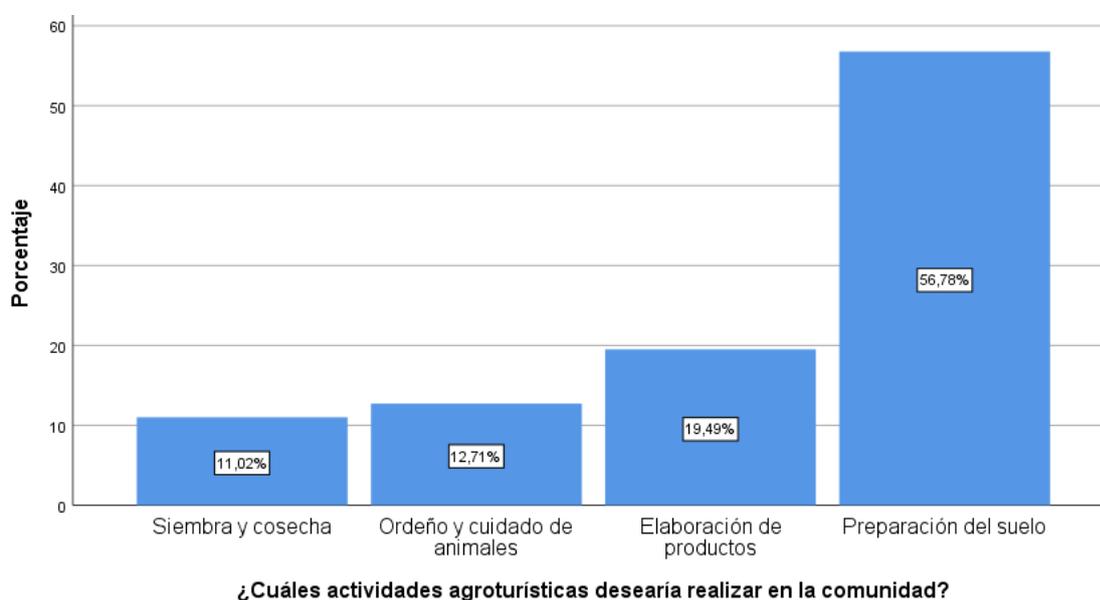
Tabla 59. Actividades turísticas C.1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siembra y cosecha	13	11,02	11,02	11,02
	Ordeño y cuidado de animales	15	12,71	12,71	23,73
	Elaboración de productos	23	19,49	19,49	43,22
	Preparación del suelo	67	56,78	56,78	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 36. Actividades turísticas C.1



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 56,78% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por la preparación del suelo, mientras que el 19,49% opta por la elaboración de productos, el 12,71% prefiere el ordeño y cuidado de animales y 11,02% restante elige la siembra y cosecha.

### 35. ¿Cuáles son sus principales motivaciones que desearía realizar en el agroturismo?

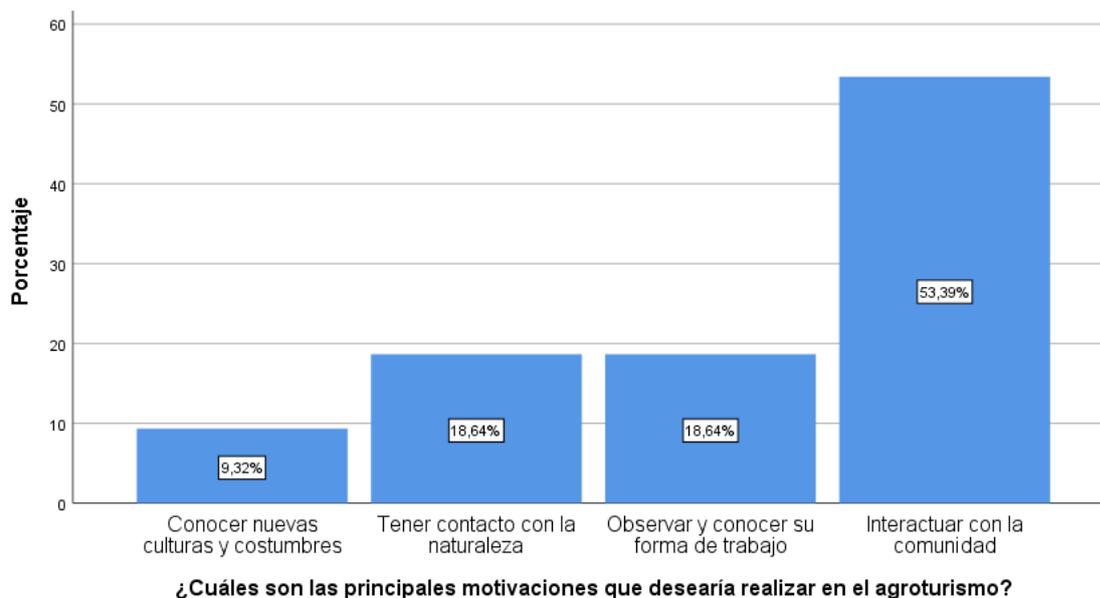
Tabla 60. Principales motivaciones del turista C.2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Conocer nuevas culturas y costumbres	11	9,32	9,32	9,32
	Tener contacto con la naturaleza	22	18,64	18,64	27,96
	Observar y conocer su forma de trabajo	22	18,64	18,64	46,61
	Interactuar con la comunidad	63	53,39	53,39	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 37. Principales motivaciones del turista C.2.



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 53,39% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados a interactuar con la comunidad, mientras que el 18,64% opta por observar y conocer su forma de trabajo, así como mantener el contacto con la naturaleza, y el 9,32% restante elige conocer nuevas culturas y costumbres.

### 36. ¿Desearía visitar el agroturismo de la comunidad con?

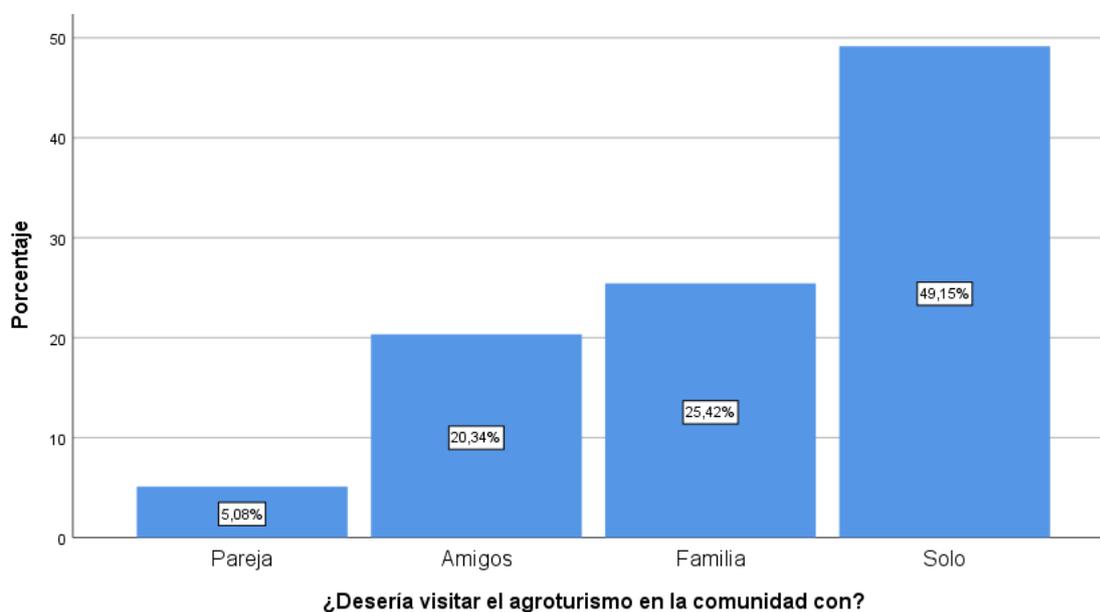
Tabla 61. Visita del lugar C.3.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pareja	6	5,08	5,08	5,08
	Amigos	24	20,34	20,34	25,42
	Familia	30	25,42	25,42	50,85
	Solo	58	49,15	49,15	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 38. Visita del lugar C.3.



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 49,15% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por visitar el lugar solos, mientras que el 25,42% opta por ir con la familia, el 20,34% prefiere ir entre amigos y 5,08% restante elige visitar el lugar con su pareja.

### 37. ¿Cuánto tiempo sería su estancia en la comunidad de Tolóntag?

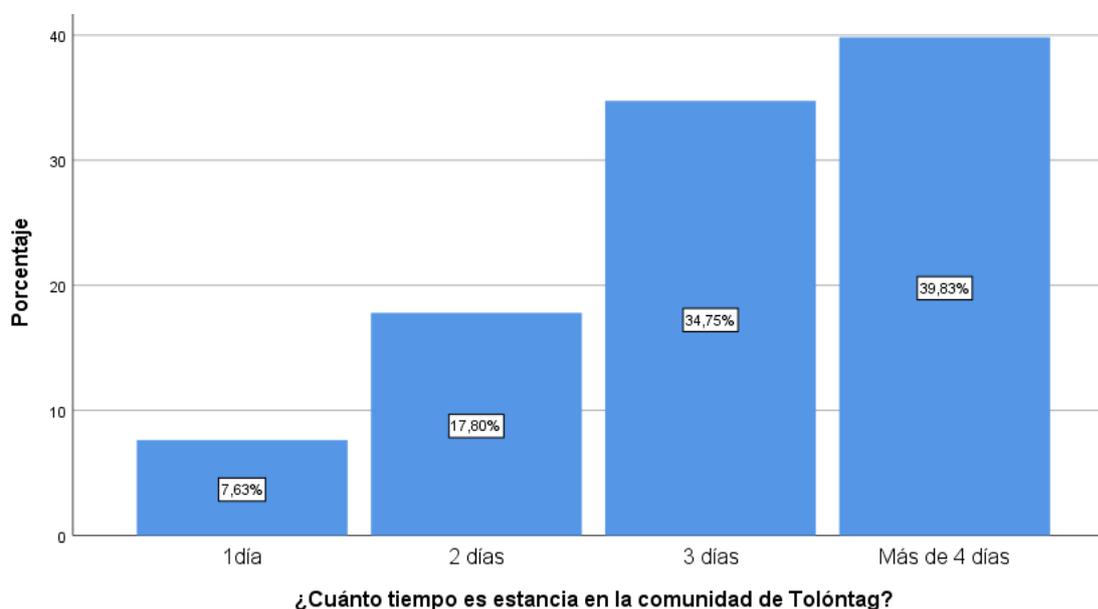
Tabla 62. Tiempo de estancia C.4.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 día	9	7,63	7,63	7,63
	2 días	21	17,80	17,80	25,43
	3 días	41	34,75	34,75	65,27
	Más de 4 días	47	39,83	39,83	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 39. Tiempo de estancia C.4.



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 39,83% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por visitar el lugar por más de 4 días, mientras que el 34,74% opta por estar 3 días, el 17,80% prefiere estar por 2 días y 7,63% restante elige estar 1 día.

### 38. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por día, incluyendo el hospedaje, alimentación y tour agroturístico en la comunidad de Tolóntag?

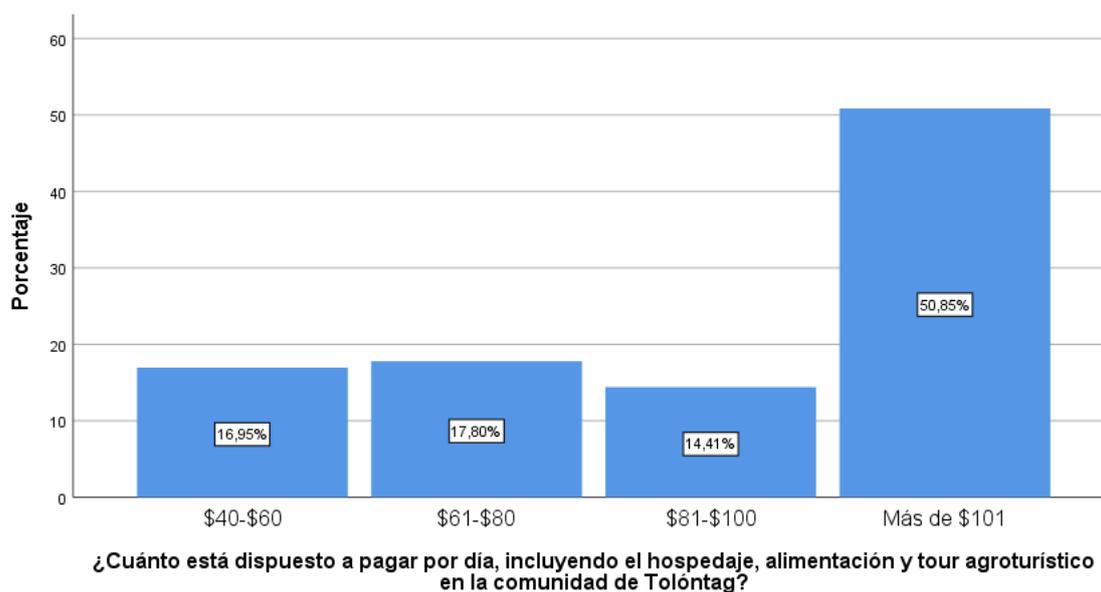
**Tabla 63.** Costo del tour agroturístico C.5.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$40-\$60	20	16,95	16,95	16,95
	\$61-\$80	21	17,80	17,80	34,75
	\$81-\$100	17	14,41	14,41	49,15
	Más de \$101	60	50,85	50,85	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 40.** Tiempo de estancia C.4.



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 50,85% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por pagar un valor de más de 101 dólares, el 14,41% prefiere pagar entre 81-100 dólares, el 17,80% opta por pagar un valor de 61-80 dólares y el 16,95% restante elige pagar un valor de 40-60 dólares.

### 39. ¿Mediante qué medio prefiere obtener información acerca del agroturismo en la comunidad de Tolóntag?

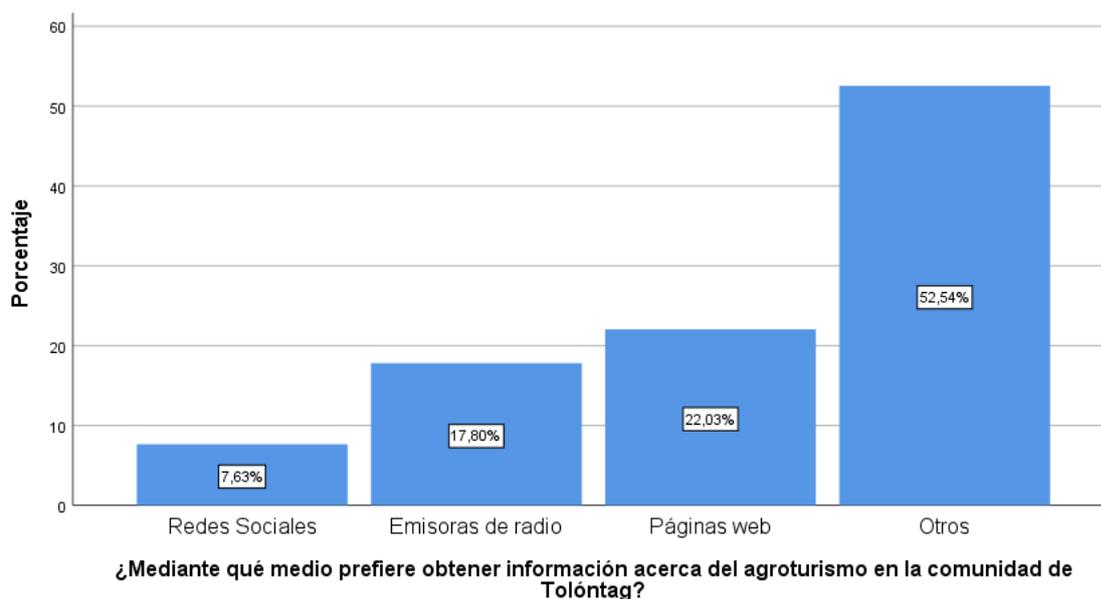
Tabla 64. Medio de información C.6.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes Sociales	9	7,63	7,63	7,63
	Emisoras de radio	21	17,80	17,80	25,43
	Páginas web	26	22,03	22,03	47,46
	Otros	62	52,54	52,54	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 41. Medio de información C.6.



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 52,54% de las personas encuestadas en la parroquia de Píntag se muestran interesados por buscar otros medios de difusión acerca del agroturismo en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 22,03% opta por las páginas web, el 17,80% prefiere las emisoras de radio y el 7,63% restante elige las redes sociales.

**Variable Dependiente: Turismo Sostenible (Técnicos del MAGAP)**

**1. Sexo**

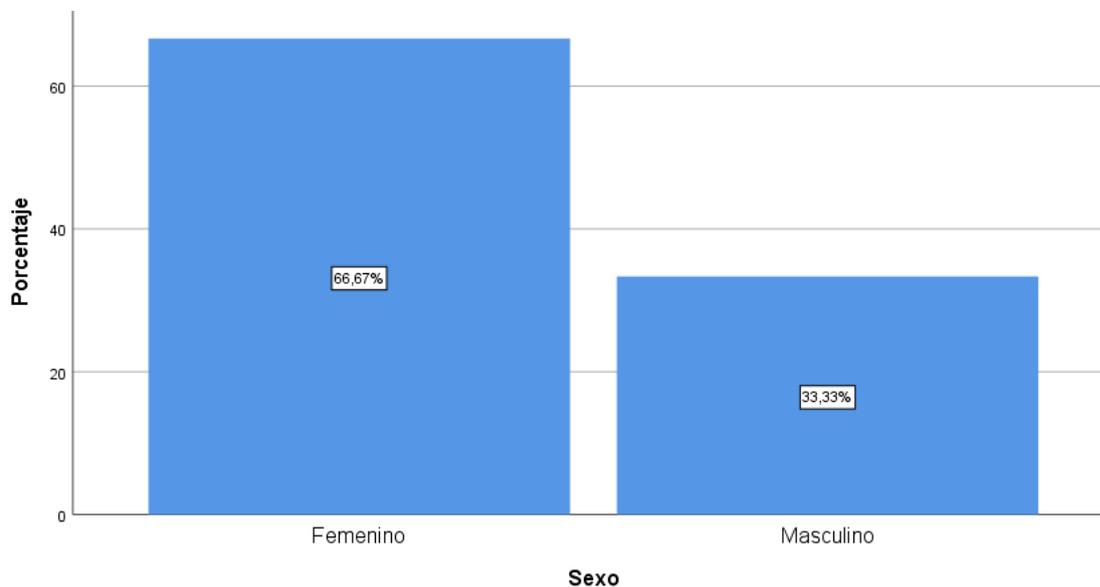
**Tabla 65.** Sexo

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Femenino	6	66,67	66,67	66,67
	Masculino	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 42.** Sexo



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 66,67% de los técnicos encuestados del MAGAP, denotan que pertenecen al sexo femenino, mientras que, el 33,33% hace hincapié al sexo masculino.

## 2. Edad

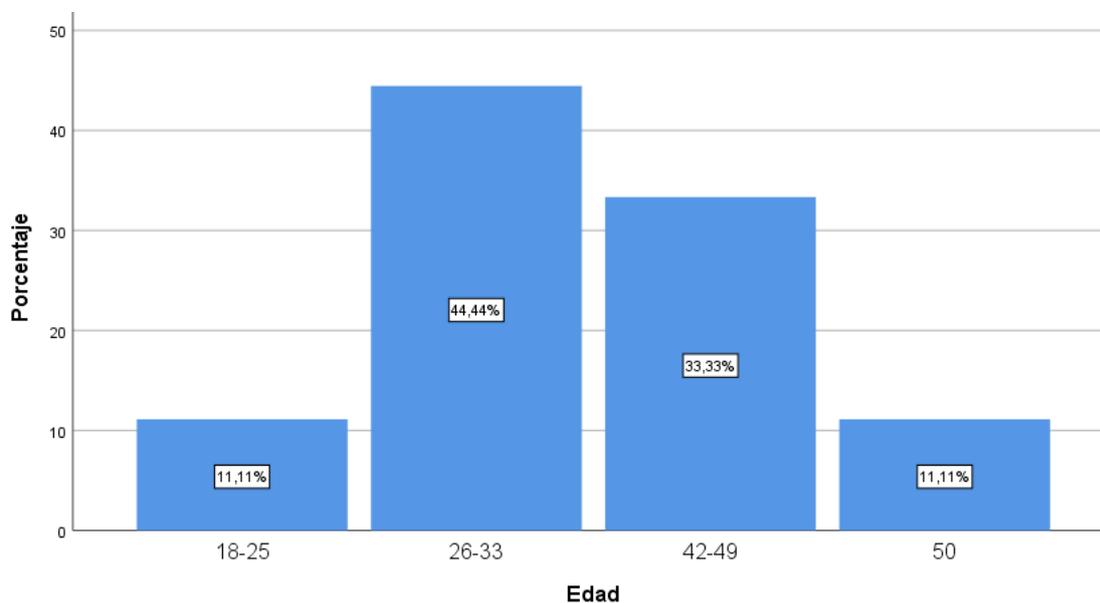
Tabla 66. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	1	11,11	11,11	11,11
	26-33	4	44,44	44,44	55,60
	42-49	3	33,33	33,33	88,90
	50	1	11,11	11,11	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 43. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 11,11% de los técnicos encuestados del MAGAP, abordan una edad de 18-25 años, el 33,33% oscila entre 42-29 años, el 44,44% tienen 42-29 años y el 11,11% mantienen más de 50 años.

### 3. Nivel de instrucción

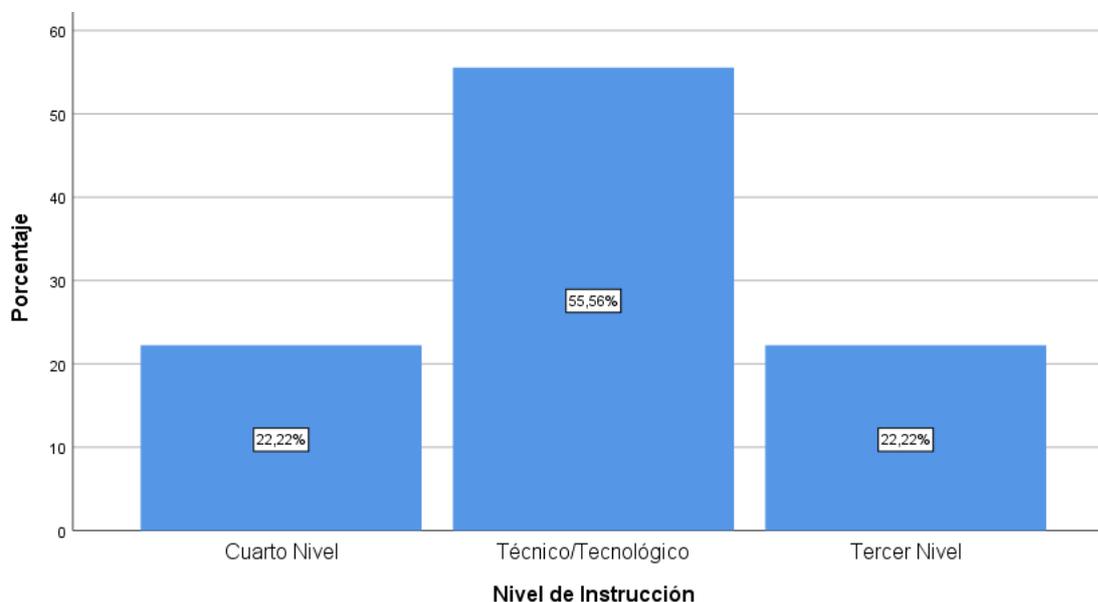
Tabla 67. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cuarto Nivel	2	22,22	22,22	22,22
	Técnico/Tecnológico	5	55,56	55,56	77,78
	Tercer Nivel	2	22,22	22,22	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 44. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Bajo la encuesta aplicada a los técnicos del MAGAP, se observa que el 55,56% tienen un nivel técnico/tecnológico, un 22,22% tienen un tercer nivel y un 22,22% mantienen un cuarto nivel.

#### 4. Fortalecer técnicamente las actividades turísticas de la comunidad.

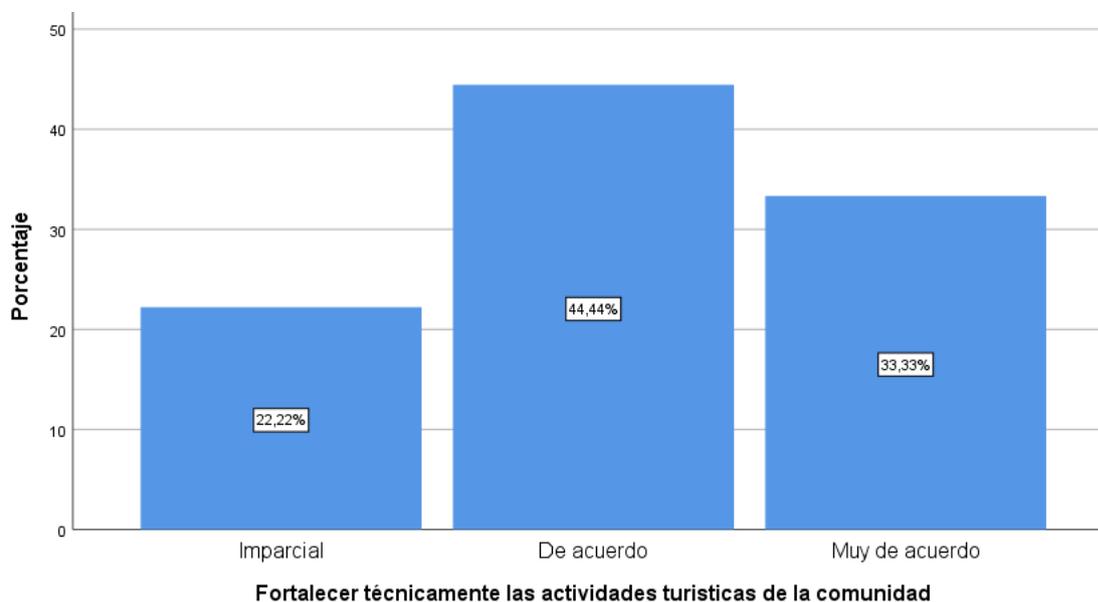
Tabla 68. Fortalecimiento de actividades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	2	22,22	22,22	22,22
	De acuerdo	4	44,44	44,44	66,66
	Muy de acuerdo	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 45. Fortalecimiento de actividades turísticas



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con las técnicas que se utilizan para las actividades turísticas en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se encuentra de acuerdo y el otro 22,22% está muy en imparcial con las técnicas que se utilizan para las actividades turísticas en la comunidad de Tolóntag.

## 5. Implementar prácticas de sostenibilidad para mejorar las actividades y los productos turísticos en la comunidad.

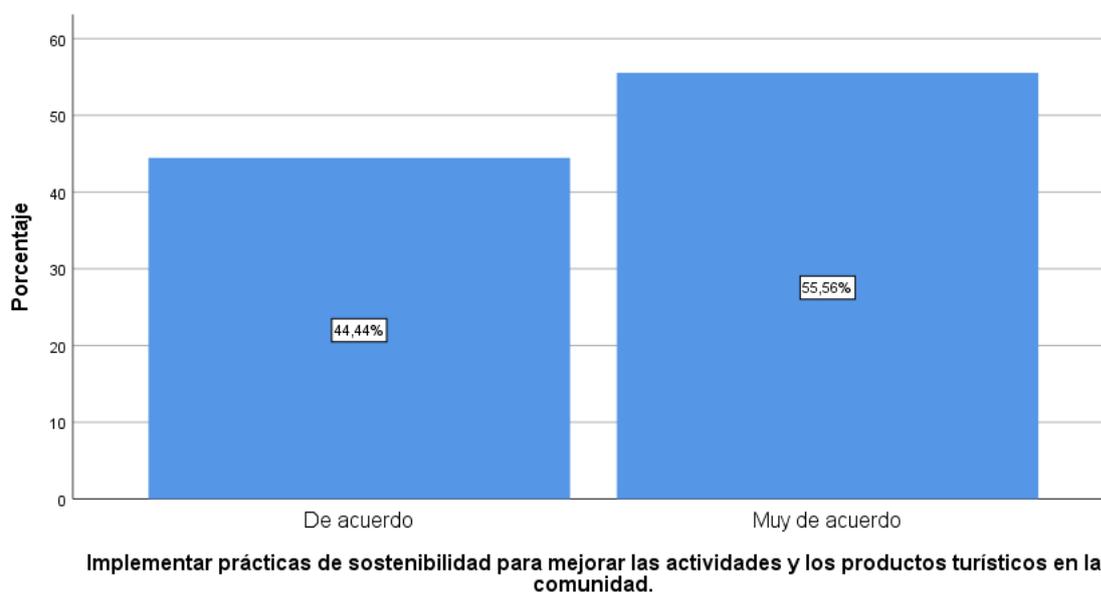
**Tabla 69.** Prácticas de sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	44,44	44,44	44,44
	Muy de acuerdo	5	55,56	55,56	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 46.** Prácticas de sostenibilidad



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 55,56% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con las prácticas de sostenibilidad para mejorar las actividades y productos turísticos en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se encuentra de acuerdo.

## 6. El motivo de visita de los turistas es el entorno rural.

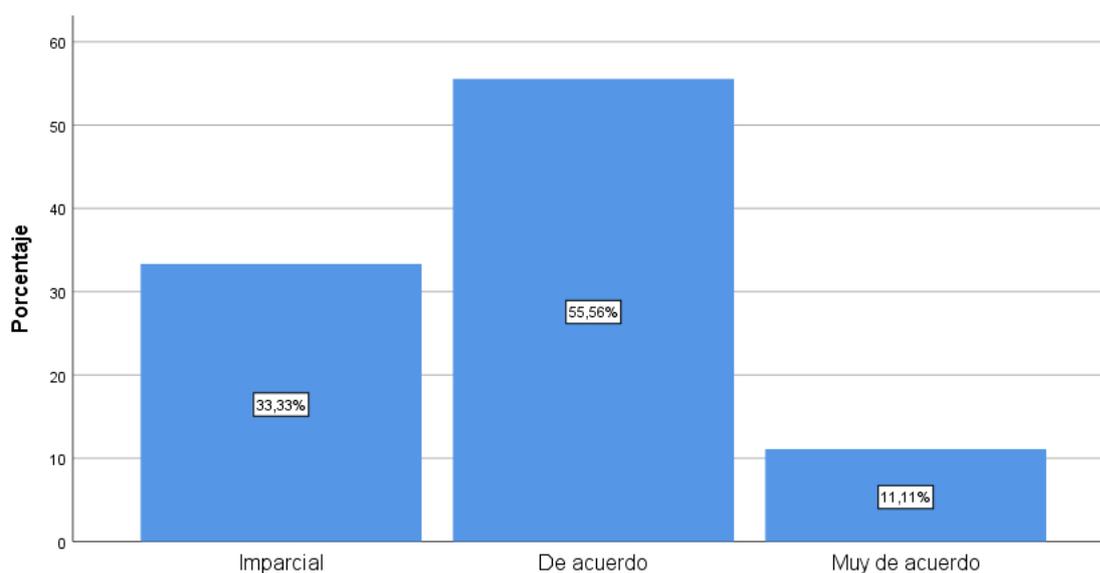
Tabla 70. Motivo de visitas en el entorno rural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	3	33,33	33,33	33,33
	De acuerdo	5	55,56	55,56	88,89
	Muy de acuerdo	1	11,11	11,11	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 47. Motivo de visitas en el entorno rural



El motivo de visita de los turistas es el entorno rural.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 11,11% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la visita del turista en el entorno natural en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% se encuentra de acuerdo y el otro 33,33% está muy en imparcial con la visita del turista en el entorno natural en la comunidad de Tolóntag.

## 7. Diseñar un plan de promoción para los productos turísticos de la comunidad.

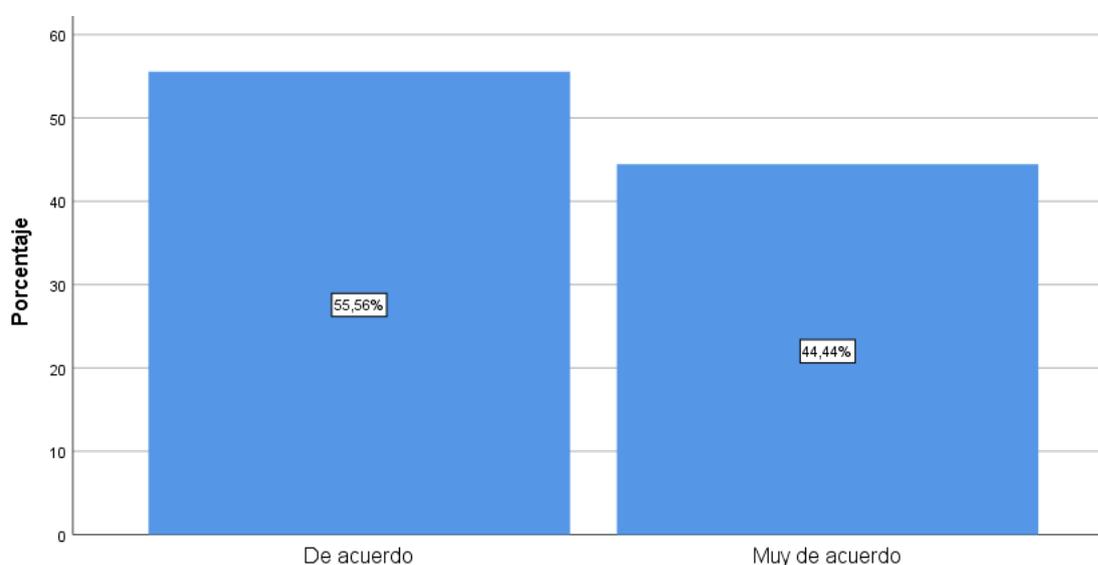
Tabla 71. Plan de promoción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	55,56	55,56	55,56
	Muy de acuerdo	4	44,44	44,44	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 48. Plan de promoción



Diseñar un plan de promoción para los productos turísticos de la comunidad.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 44,44% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con el diseño de un plan de promoción para los productos turísticos en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% se encuentra de acuerdo.

## 8. Los servicios turísticos y la agricultura como una actividad simultánea son un potencial económico para la comunidad.

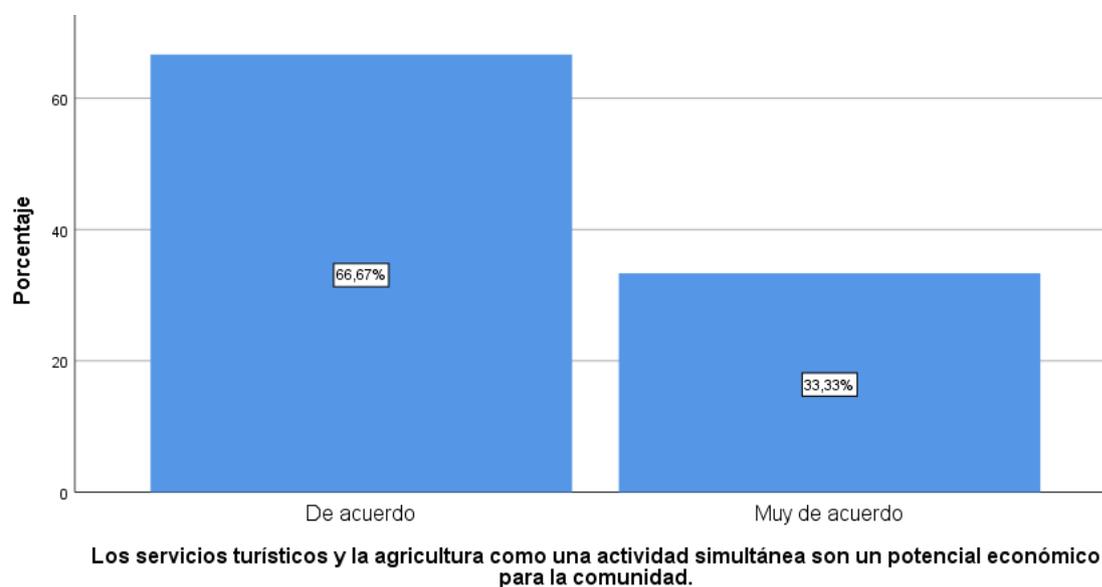
Tabla 72. Servicios turísticos y agricultura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	6	66,67	66,67	66,67
	Muy de acuerdo	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 49. Servicios turísticos y agricultura



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con los servicios turísticos y la agricultura como potencial económico para la comunidad de Tolóntag, mientras que el 66,67% restante se encuentra de acuerdo.

## 9. La agricultura puede aportar a los productos y servicios turísticos sostenibles.

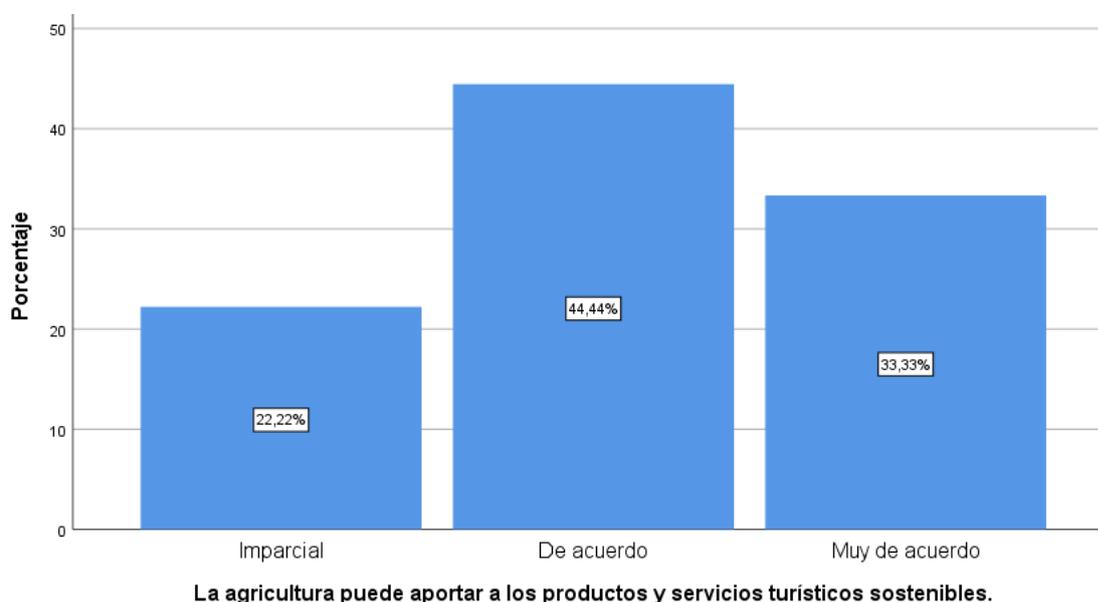
Tabla 73. Agricultura aporta a los productos y servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	2	22,22	22,22	22,22
	De acuerdo	4	44,44	44,44	66,66
	Muy de acuerdo	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 50. Agricultura aporta a los productos y servicios turísticos



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la agricultura y su aporte a los productos y servicios turísticos sostenibles en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44 % se mantiene de acuerdo y el 22,22% restante se encuentra imparcial con la agricultura y su aporte a los productos y servicios turísticos sostenibles en la comunidad de Tolóntag.

**10. La actividad agrícola puede generar más ingresos económicos si son utilizados como un atractivo turístico.**

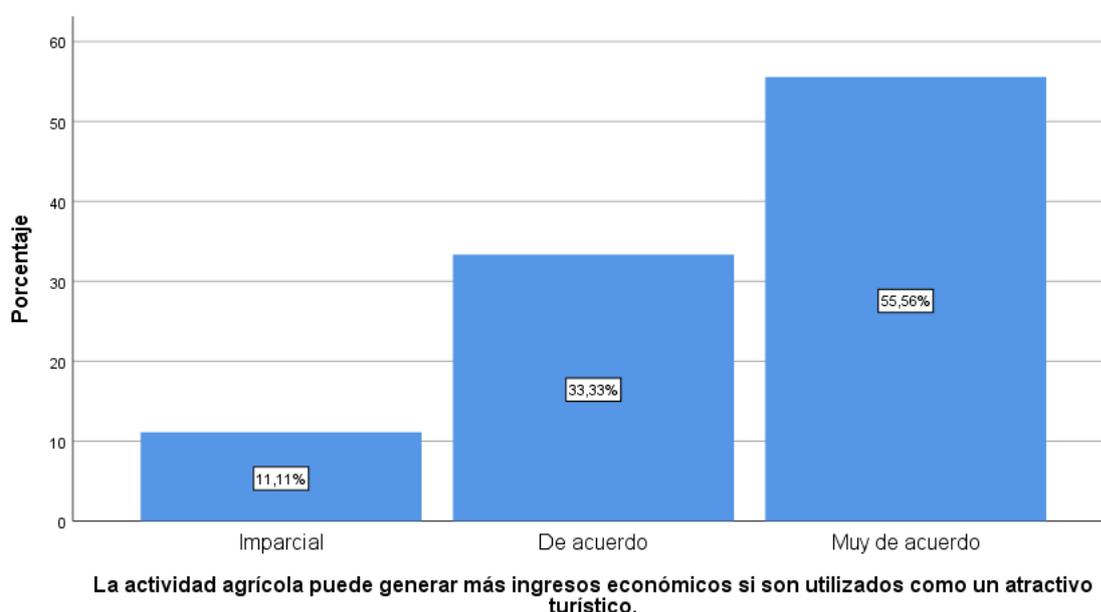
**Tabla 74.** Actividad agrícola como ingreso económico en un atractivo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	1	11,11	11,11	11,11
	De acuerdo	3	33,33	33,33	44,44
	Muy de acuerdo	5	55,56	55,56	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 51.** Actividad agrícola como ingreso económico en un atractivo turístico



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 55,56% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la actividad agrícola que genera más ingresos económicos en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 33,33% se mantiene de acuerdo y el 11,11% restante se encuentra imparcial con la actividad agrícola que genera más ingresos económicos en la comunidad de Tolóntag.

**11. La actividad agroturística sería factible económica, social y cultural, si se ejecuta en la comunidad.**

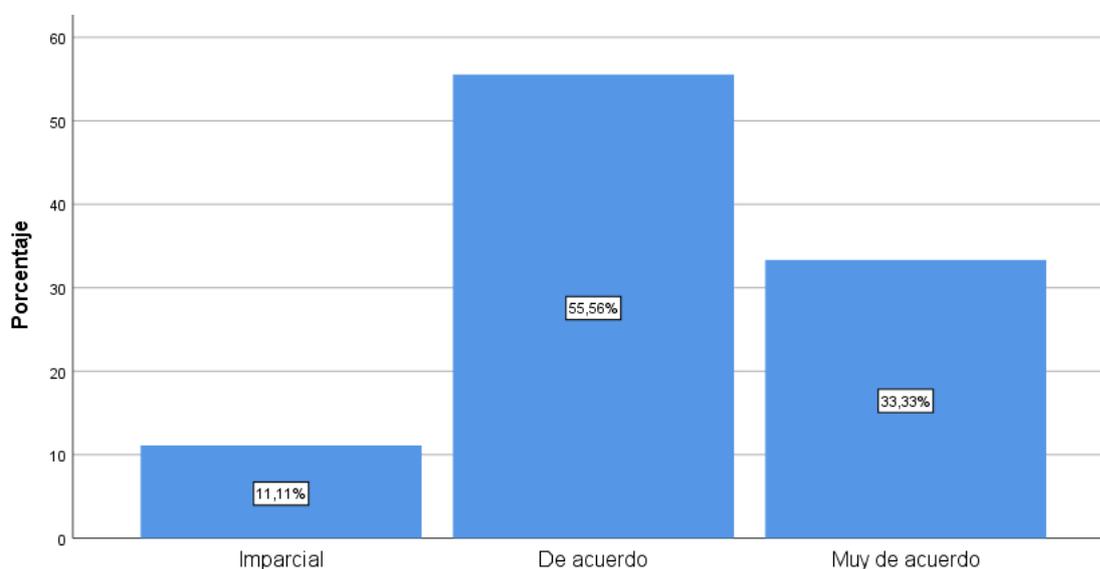
**Tabla 75.** Actividad turística factible para la economía, sociedad y cultura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	1	11,11	11,11	11,11
	De acuerdo	5	55,56	55,56	66,67
	Muy de acuerdo	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 52.** Actividad turística factible para la economía, sociedad y cultura



**La actividad agroturística sería factible económica, social y cultural, si se ejecuta en la comunidad.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la actividad agroturística como principal factor económico, social y cultural en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% se mantiene de acuerdo y el 11,11% restante se encuentra imparcial con la actividad agroturística como principal factor económico, social y cultural en la comunidad de Tolóntag.

## 12. Organizar eventos de sostenibilidad para mejorar de la economía local.

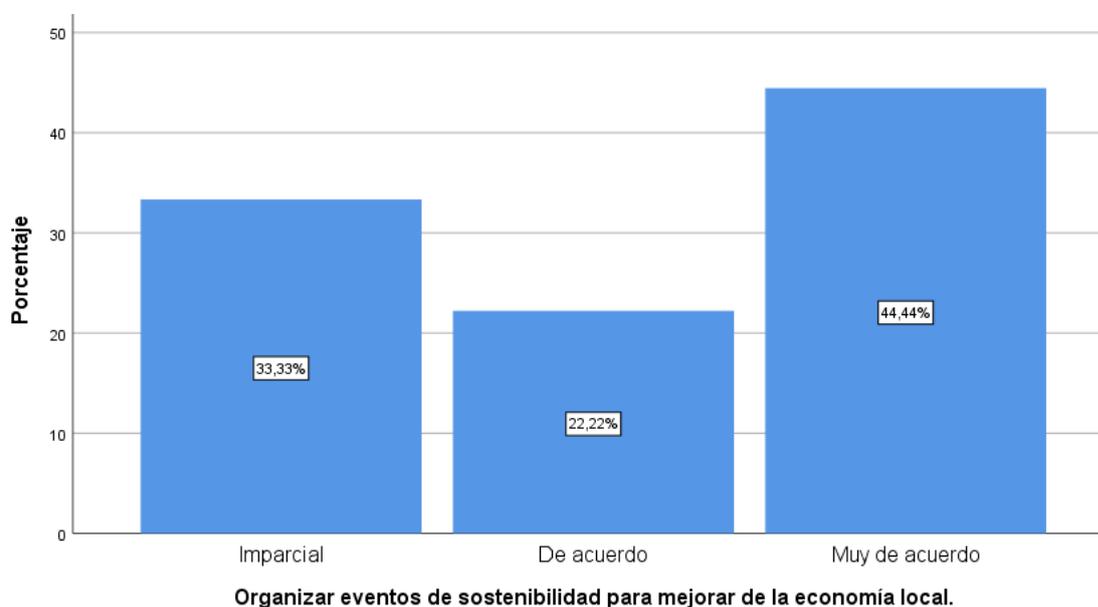
Tabla 76. Eventos de sostenibilidad para la economía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	3	33,33	33,33	33,33
	De acuerdo	2	22,22	22,22	55,55
	Muy de acuerdo	4	44,44	44,44	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 53. Eventos de sostenibilidad para la economía



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 44,44% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la organización de eventos de sostenibilidad en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 22,22% se mantiene de acuerdo y el 33,33% restante se encuentra imparcial con la organización de eventos de sostenibilidad en la comunidad de Tolóntag.

### 13. La participación ciudadana en las actividades de sostenibilidad turística.

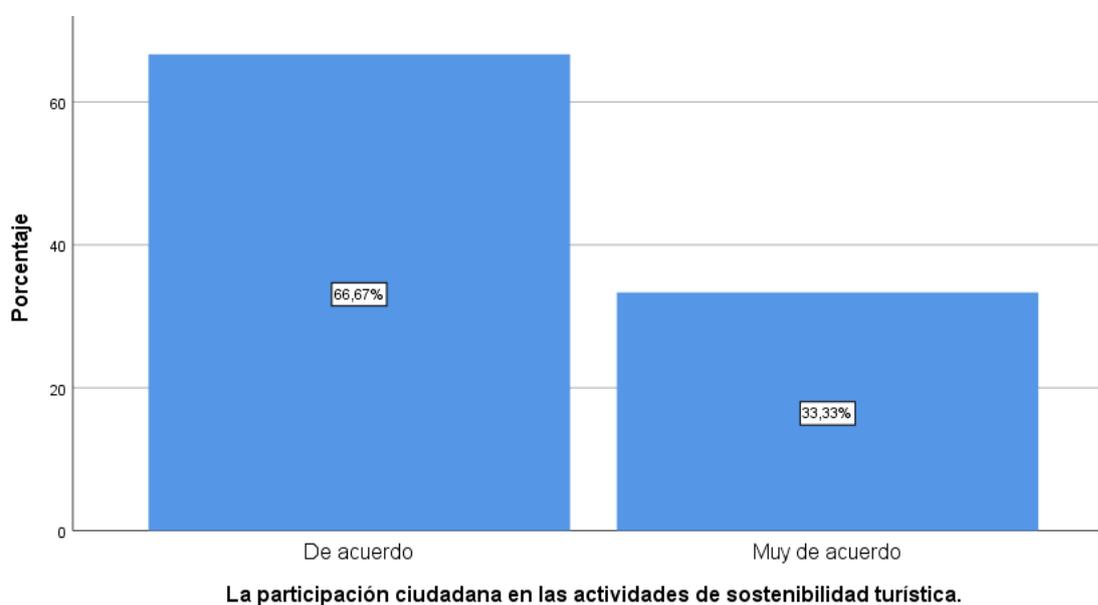
Tabla 77. Participación ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	6	66,67	66,67	66,67
	Muy de acuerdo	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 54. Participación ciudadana



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la participación ciudadana en las actividades de sostenibilidad turística en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 66,67% se mantiene de acuerdo.

#### 14. Planificar procesos de vinculación con la sociedad.

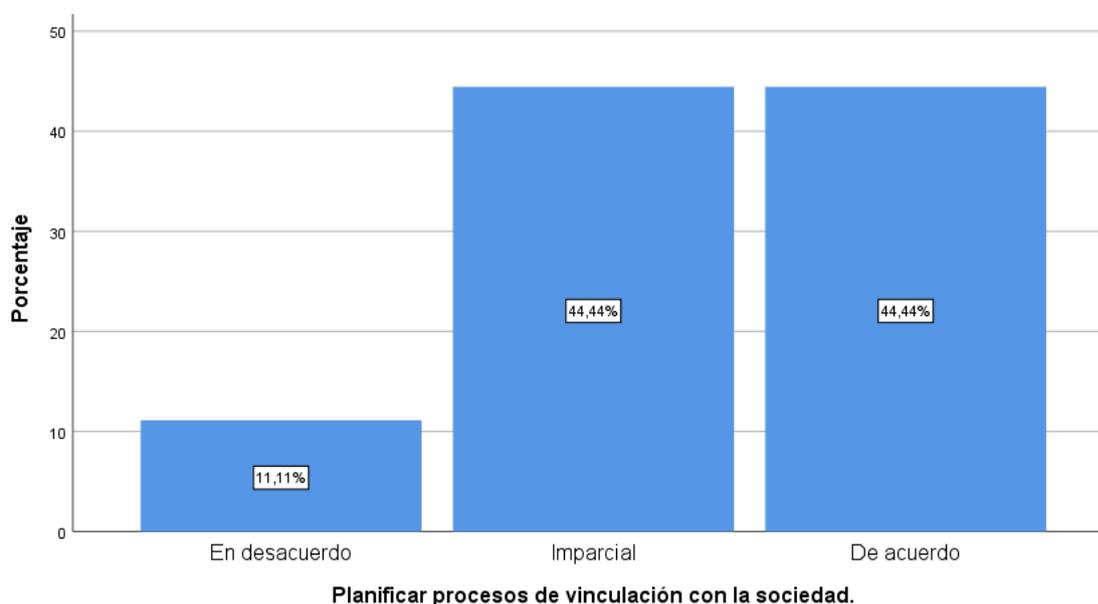
Tabla 78. Planificación de procesos de vinculación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	11,11	11,11	11,11
	Imparcial	4	44,44	44,44	55,55
	De acuerdo	4	44,44	44,44	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 55. Planificación de procesos de vinculación



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 44,44% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran de acuerdo con la planificación de procesos de vinculación en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se mantiene imparcial y el 11,11% restante se encuentra en desacuerdo con la planificación de procesos de vinculación en la comunidad de Tolóntag.

## 15. Elevar la calidad de atención al cliente mejorando la relación personal con el visitante.

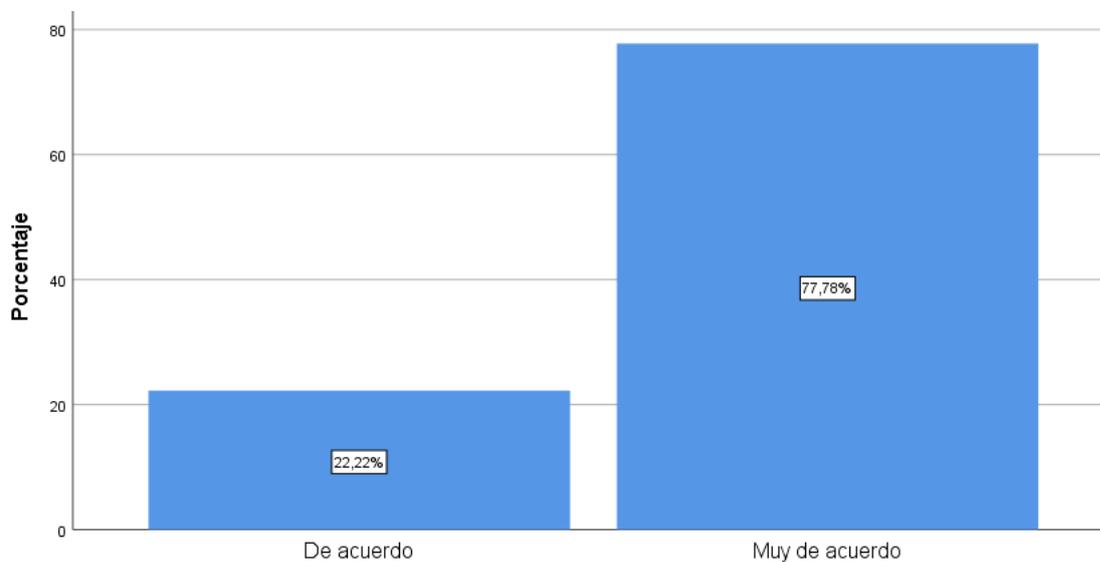
Tabla 79. Calidad de atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	22,22	22,22	22,22
	Muy de acuerdo	7	77,78	77,78	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 56. Calidad de atención



Elevar la calidad de atención al cliente mejorando la relación personal con el visitante.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 77,78% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la calidad de atención al cliente en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 22,22% se mantiene de acuerdo.

## 16. Proyectos agroturísticos mejoran la calidad de vida de sus habitantes.

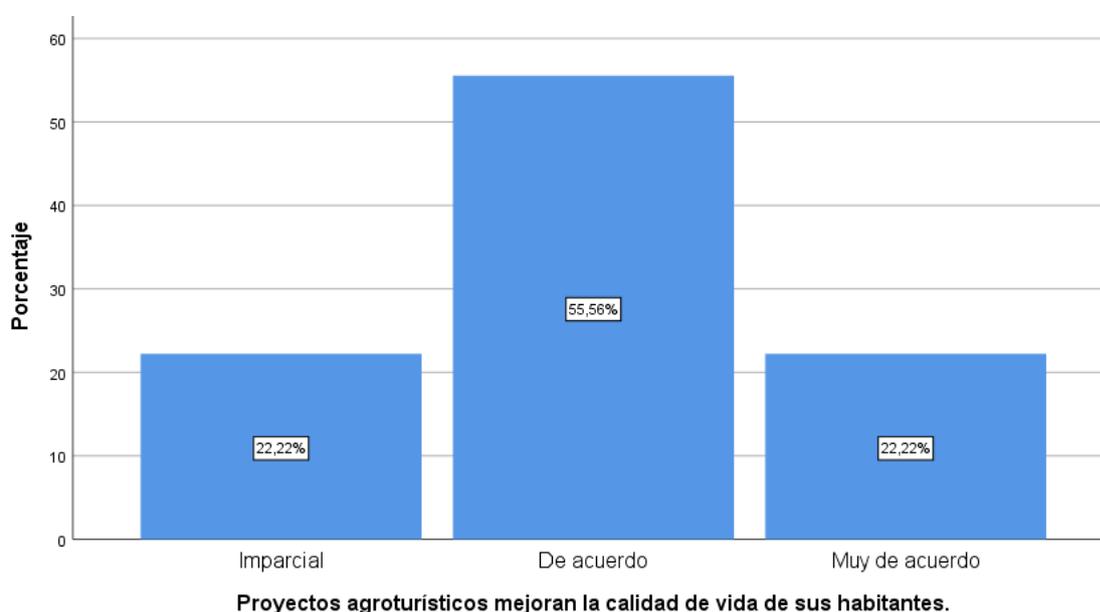
Tabla 80. Calidad de vida del habitad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	2	22,22	22,22	22,22
	De acuerdo	5	55,56	55,56	77,78
	Muy de acuerdo	2	22,22	22,22	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 57. Calidad de vida del habitad



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 22,22% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con los proyectos agroturísticos que mejoran la calidad de vida de los habitante de la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% se mantiene de acuerdo y el 22,22% restante se encuentra imparcial con los proyectos agroturísticos que mejoran la calidad de vida de los habitante de la comunidad de Tolóntag.

## 17. Realizar capacitaciones relacionadas con el medio ambiente.

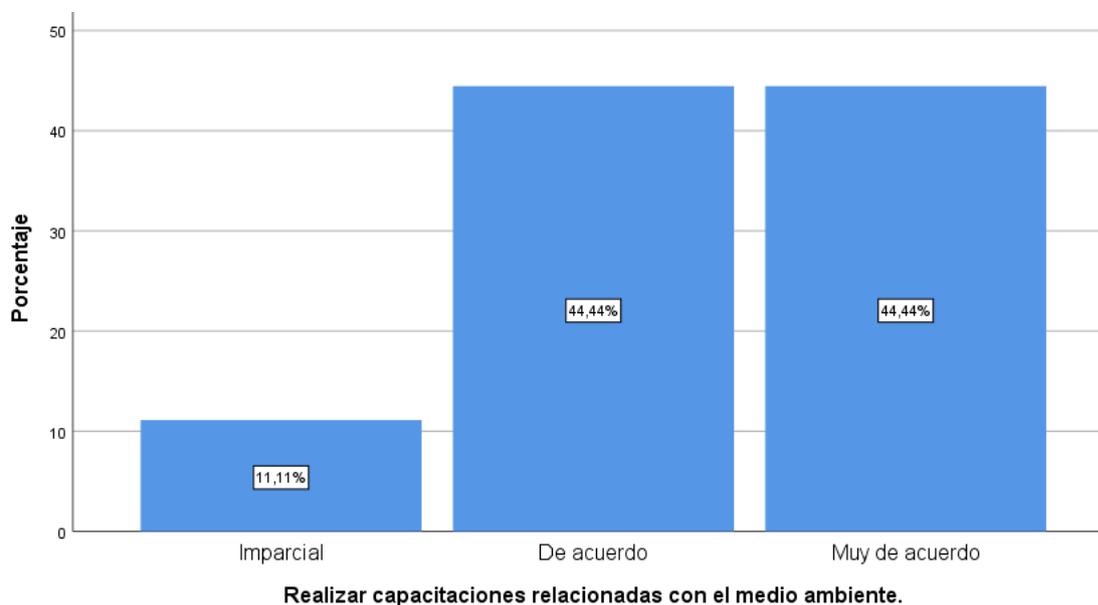
Tabla 81. Capacitaciones del medio ambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	1	11,11	11,11	11,11
	De acuerdo	4	44,44	44,44	55,55
	Muy de acuerdo	4	44,44	44,44	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 58. Capacitaciones del medio ambiente



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 44,44% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo y de acuerdo con las capacitaciones relacionadas con el medio ambiente en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 11,11% se mantiene imparcial.

## 18. La preservación y conservación de los recursos naturales de la comunidad.

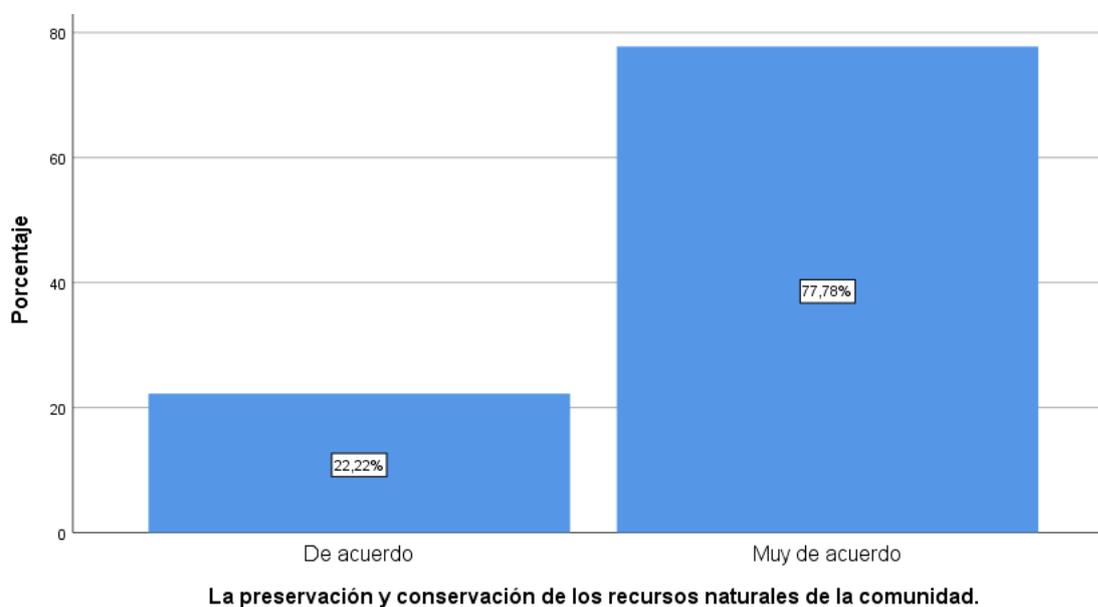
Tabla 82. Preservación y conservación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	22,22	22,22	22,22
	Muy de acuerdo	7	77,78	77,78	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 59. Preservación y conservación



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 77,78% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la preservación y conservación de los recursos naturales en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 22,22% se mantiene de acuerdo.

## 19. Recursos naturales sean aprovechados a través del turismo sostenible.

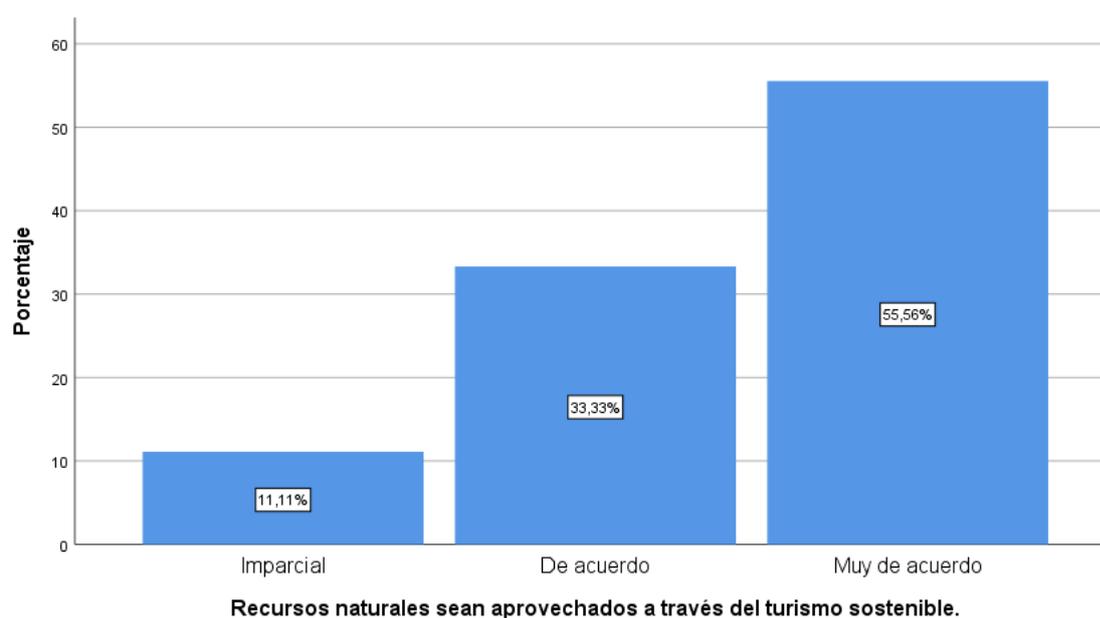
Tabla 83. Recursos naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	1	11,11	11,11	11,11
	De acuerdo	3	33,33	33,33	44,44
	Muy de acuerdo	5	55,56	55,56	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 60. Recursos naturales



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 55,56% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con el aprovechamiento de recursos naturales en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 33,33% se mantiene de acuerdo y el 11,11% restante se encuentra imparcial con el aprovechamiento de recursos naturales en la comunidad de Tolóntag.

## 20. El agroturismo permite enseñar sobre la sostenibilidad y sus beneficios.

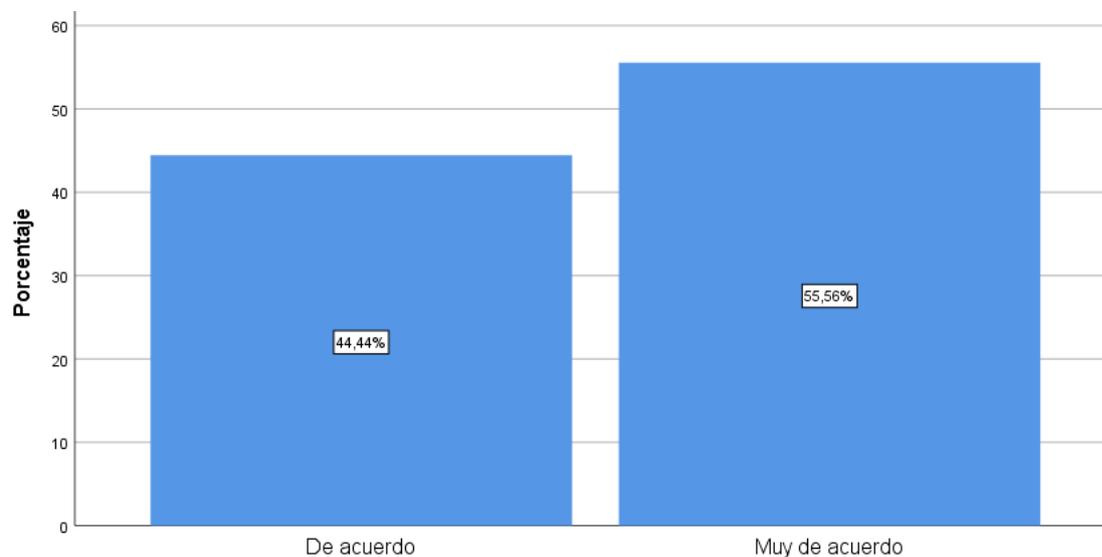
Tabla 84. Sostenibilidad y beneficios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	44,44	44,44	44,44
	Muy de acuerdo	5	55,56	55,56	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 61. Sostenibilidad y beneficios



El agroturismo permite enseñar sobre la sostenibilidad y sus beneficios.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 55,56% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con el agroturismo y la enseñanza sobre la sostenibilidad turística en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo.

## 21. El turismo sostenible debería mantener un estrecho vínculo con el medio ambiente.

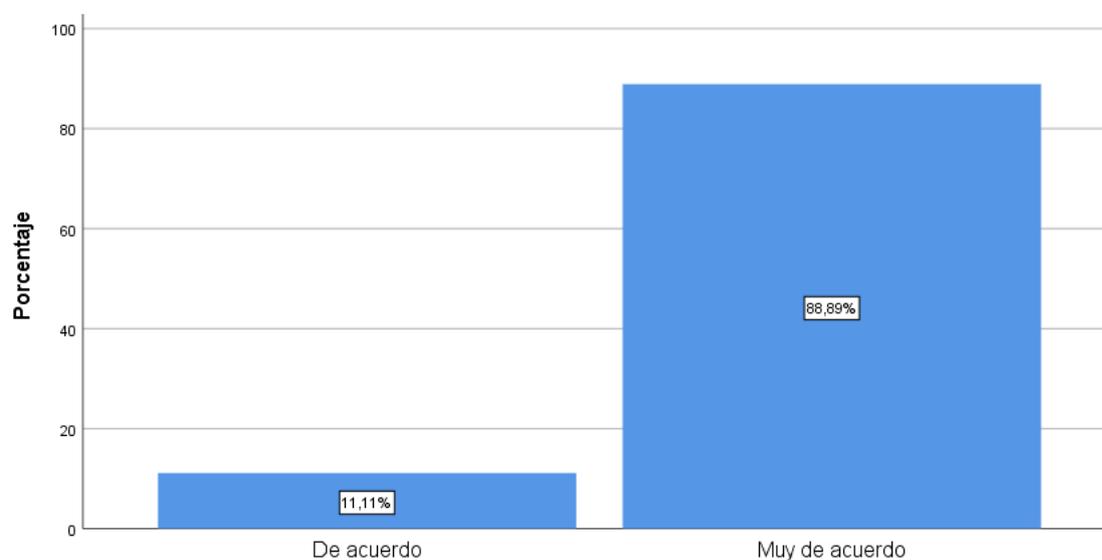
Tabla 85. Vínculo con el medio ambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	1	11,11	11,11	11,11
	Muy de acuerdo	8	88,89	88,89	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 62. Vínculo con el medio ambiente



El turismo sostenible debería mantener un estrecho vínculo con el medio ambiente.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 88,89% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con el estrecho vínculo del turismo sostenible y el medio ambiente en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 11,11% se mantiene de acuerdo.

## 22. La comercialización de los productos agropecuarios satisface las necesidades básicas.

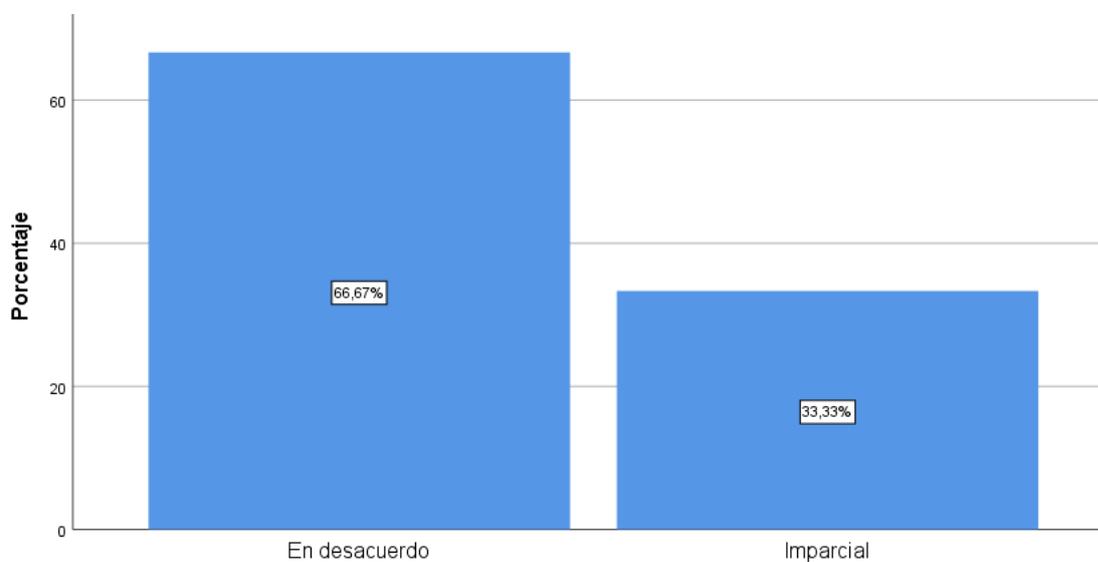
Tabla 86. Comercialización de productos agropecuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	66,67	66,67	66,67
	Imparcial	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 63. Comercialización de productos agropecuarios



La comercialización de los productos agropecuarios satisface las necesidades básicas.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran imparciales con la comercialización de los productos agropecuarios en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 66,67% se mantiene en desacuerdo.

## 23. El turismo sostenible puede convertirse en una fuente de crecimiento para la economía local.

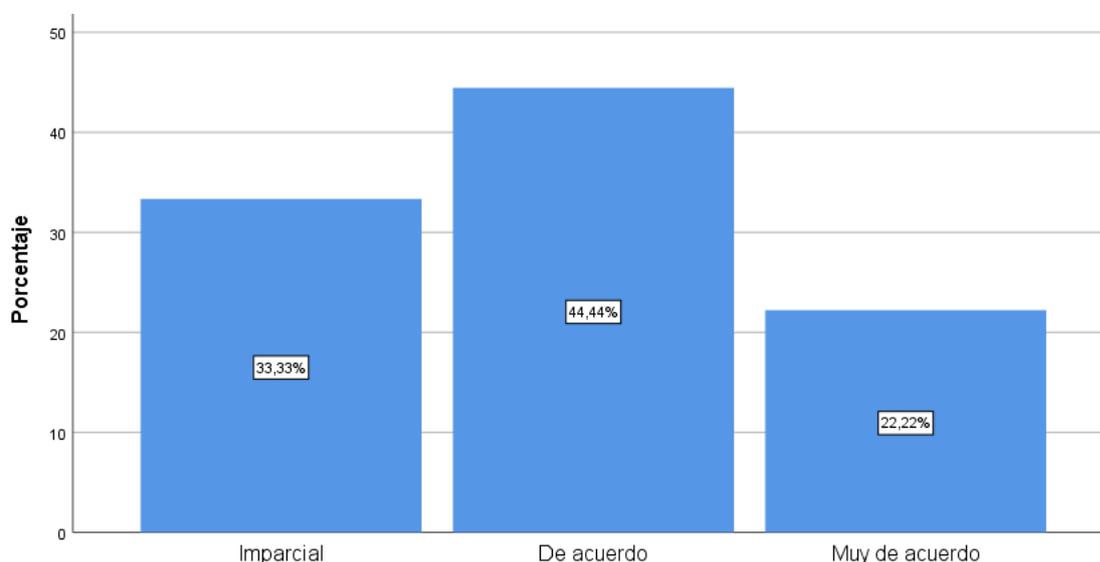
**Tabla 87.** Turismo sostenible como crecimiento local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	3	33,33	33,33	33,33
	De acuerdo	4	44,44	44,44	77,77
	Muy de acuerdo	2	22,22	22,22	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 64.** Turismo sostenible como crecimiento local



**El turismo sostenible puede convertirse en una fuente de crecimiento para la economía local.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 22,22% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con el turismo sostenible como fuente de crecimiento para la economía local en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo y el 33,33% restante se encuentra imparcial con el turismo sostenible como fuente de crecimiento para la economía local en la comunidad de Tolóntag.

## 24. Agroturismo genera crecimiento de empleo.

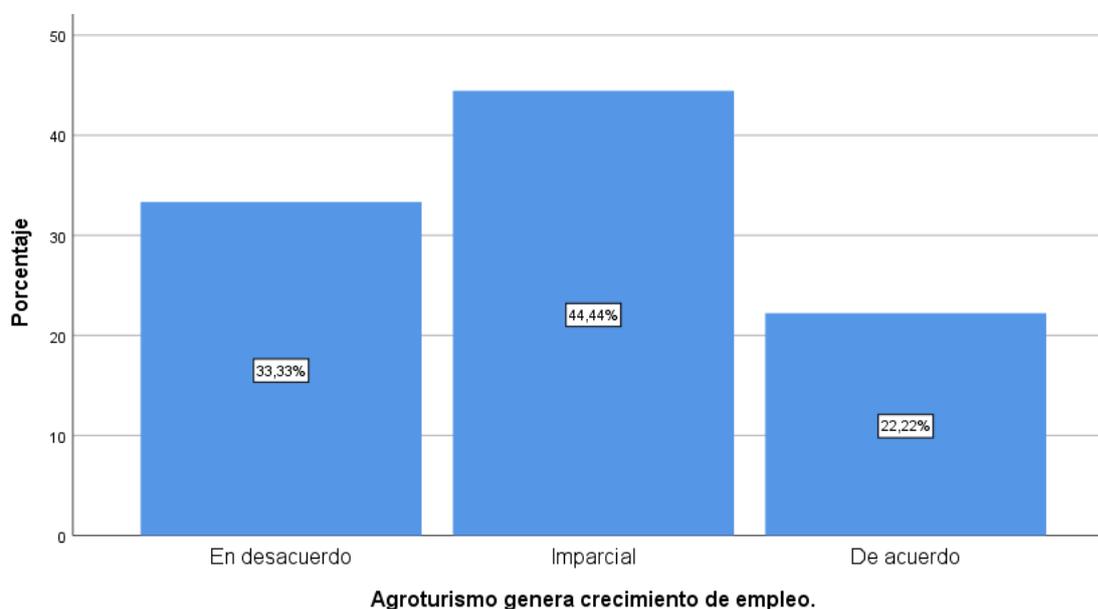
Tabla 88. Crecimiento de empleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	33,33	33,33	33,33
	Imparcial	4	44,44	44,44	77,77
	De acuerdo	2	22,22	22,22	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 65. Crecimiento de empleo



Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 22,22% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la generación de empleos en base al agroturismo en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo y el 33,33% restante se encuentra imparcial con la generación de empleos en base al agroturismo en la comunidad de Tolóntag.

## 25. La actividad turística beneficia económicamente a la comunidad.

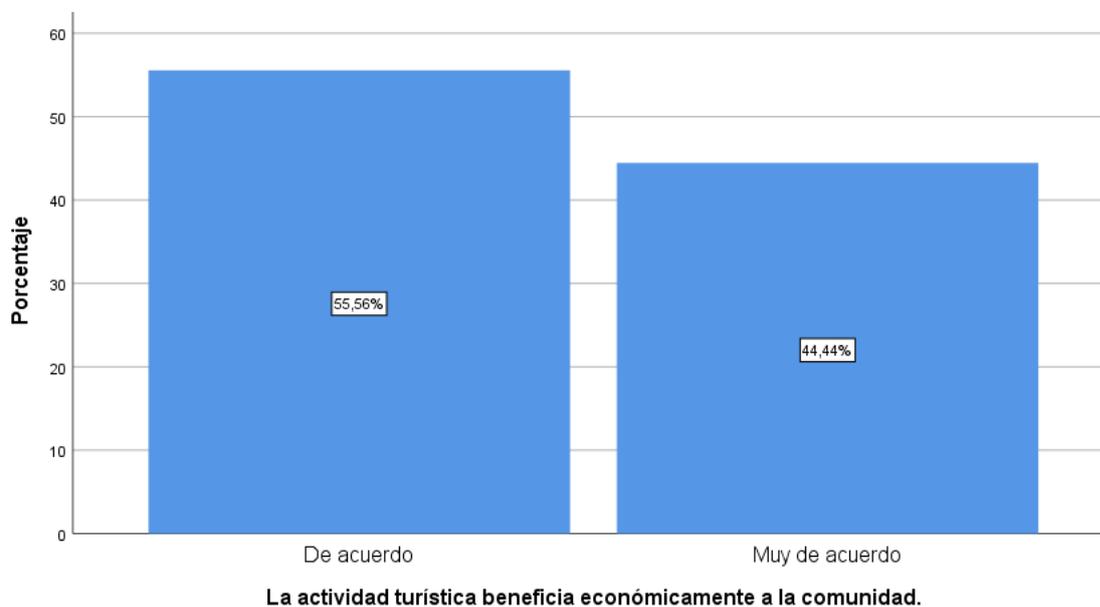
Tabla 89. Beneficio económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	55,56	55,56	55,56
	Muy de acuerdo	4	44,44	44,44	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 66. Beneficio económico



La actividad turística beneficia económicamente a la comunidad.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 44,44% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con el beneficio económico de las actividades turísticas en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% se mantiene de acuerdo.

## 26. Diversidad de oferta turística incrementa el flujo turístico a la comunidad.

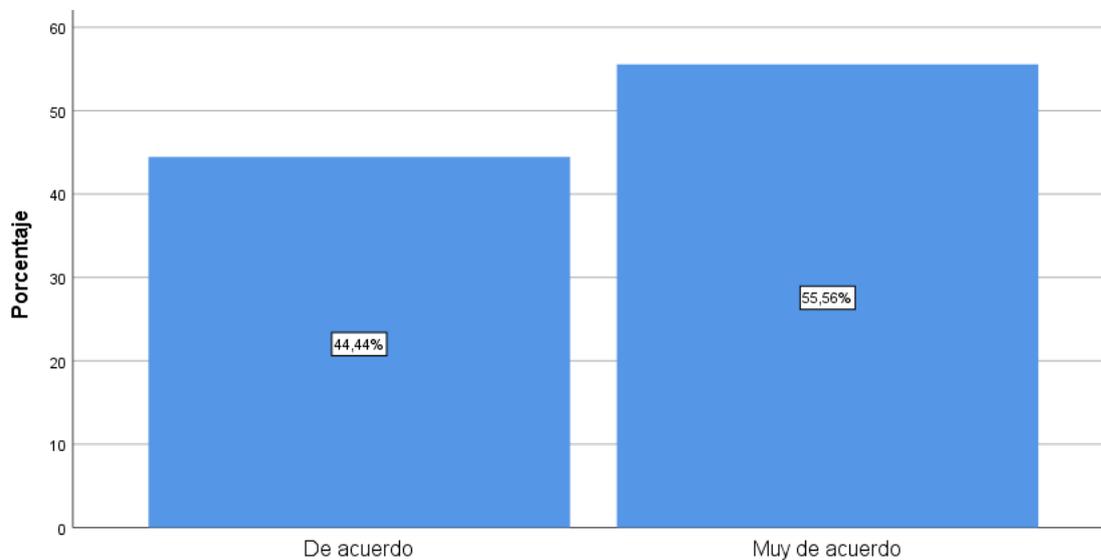
Tabla 90. Diversidad de oferta turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	44,44	44,44	44,44
	Muy de acuerdo	5	55,56	55,56	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

Gráfica 67. Diversidad de oferta turística



Diversidad de oferta turística incrementa el flujo turístico a la comunidad.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2022)

Elaborado por: Haro Jeniffer, (2023)

El 55,56% de los técnicos encuestados del MAGAP se muestran muy de acuerdo con la diversidad de oferta y flujo turístico en la comunidad de Tolóntag, mientras que el 44,44% se mantiene de acuerdo.

## 27. ¿Cuáles cree que serán los principales retos para el turismo sostenible dentro de la comunidad?

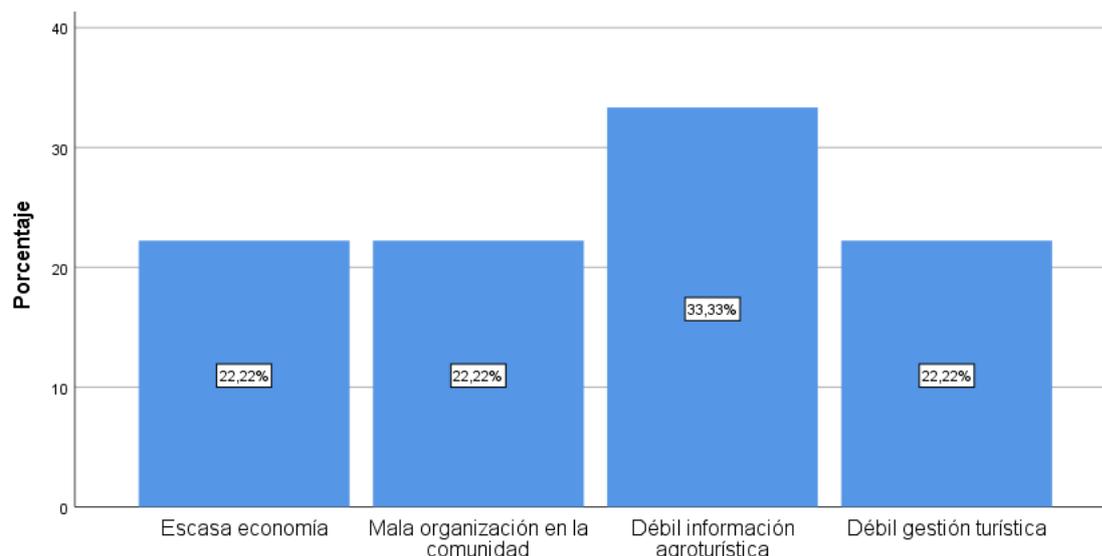
**Tabla 91.** Principales retos del turismo sostenible C.1.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Escasa economía	2	22,22	22,22	22,22
	Mala organización en la comunidad	2	22,22	22,22	44,44
	Débil información agroturística	3	33,33	33,33	77,77
	Débil gestión turística	2	22,22	22,22	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 68.** Principales retos del turismo sostenible C.1.



**¿Cuáles cree que serán los principales retos para el turismo sostenible dentro de la comunidad?**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 22,22% de los técnicos encuestados del MAGAP creen que el principal reto para el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag es la débil gestión turística, el 33,33% ha optado por la débil información agroturística, el 22,22% piensa que es la mala organización en la comunidad y el otro 22,22% restante elige la escasa economía.

## 28. ¿Cree que las personas están aptas para llevar el total control y manejo de los recursos naturales?

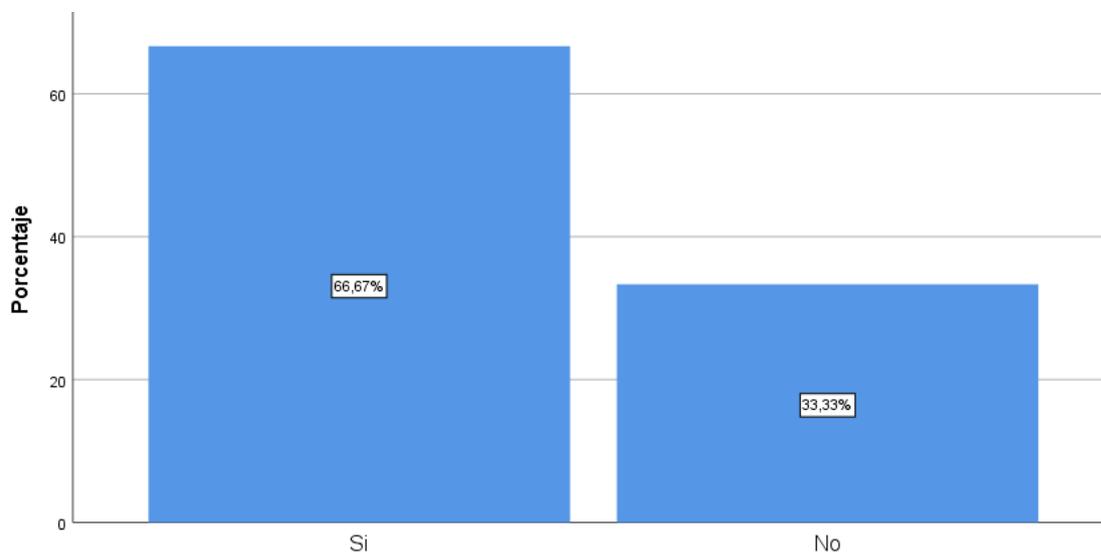
**Tabla 92.** Control y manejo de recursos C.2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	66,67	66,67	66,67
	No	3	33,33	33,33	100,0
Total		9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 69.** Control y manejo de recursos C.2.



¿Cree que las personas están aptas para llevar el total control y manejo de los recursos naturales?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP creen que las personas no están aptas para llevar el control y manejo de los recursos naturales en la comunidad de Tolóntag es la débil gestión turística, mientras que el 66,67% opta que las personas si están aptas para llevar el control y manejo de los recursos naturales en la comunidad de Tolóntag.

## 29. ¿Qué acciones se debería tener a futuro para fortalecer el turismo sostenible?

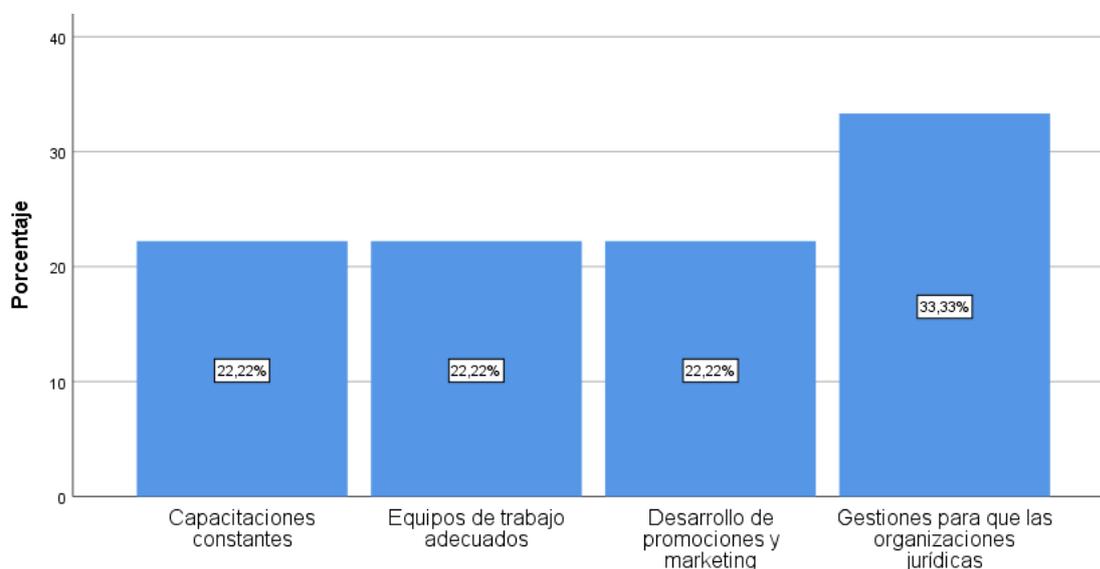
**Tabla 93.** Acciones para fortalecer el turismo sostenible C.3.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Capacitaciones constantes	2	22,22	22,22	22,22
	Equipos de trabajo adecuados	2	22,22	22,22	44,44
	Desarrollo de promociones y marketing	2	22,22	22,22	66,67
	Gestiones para que las organizaciones jurídicas	3	33,33	33,33	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 70.** Acciones para fortalecer el turismo sostenible C.3.



**¿Qué acciones se debería tener a futuro para fortalecer el turismo sostenible?**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 33,33% de los técnicos encuestados del MAGAP creen que la acción que se debería tomar a futuro para fortalecer el turismo sostenible en la comunidad de Tolóntag es la gestión para las organizaciones jurídicas, el 22,22% ha optado por el desarrollo de promociones y marketing, el 22,22% piensa que son los equipos de trabajo adecuados y el otro 22,22% restante elige las capacitaciones constantes.

### 30. ¿Cómo lograría socializar a los habitantes de la comunidad para ampliar sus conocimientos en el tema abordado?

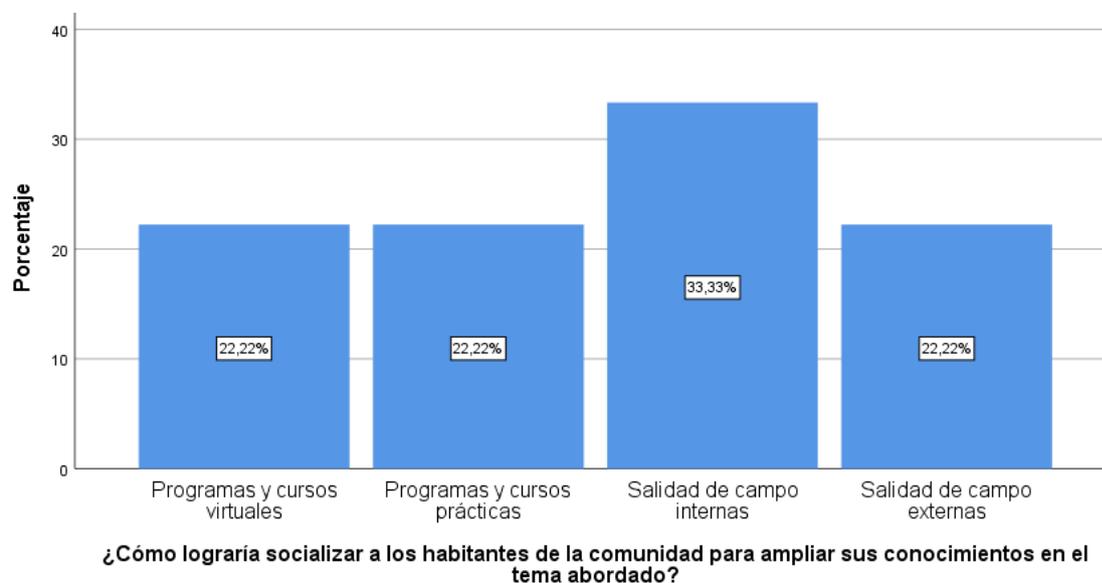
**Tabla 94.** Ampliar conocimientos de los habitantes C.4.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Programas y cursos virtuales	2	22,22	22,22	22,22
	Programas y cursos prácticas	2	22,22	22,22	44,44
	Salidas de campo internas	3	33,33	33,33	77,77
	Salidas de campo externas	2	22,22	22,22	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 71.** Ampliar conocimientos de los habitantes C.4



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 22,22% de los técnicos encuestados del MAGAP creen que la mejor manera para ampliar los conocimientos de los habitantes en la comunidad de Tolóntag es la salida de campo externa, el 33,33% ha optado por las salidas de campo internas, el 22,22% piensa que por programas y cursos prácticos y el otro 22,22% restante elige los programas y cursos virtuales.

### 31. ¿Cree que la comunidad logre obtener beneficios que logren mejorar su economía local?

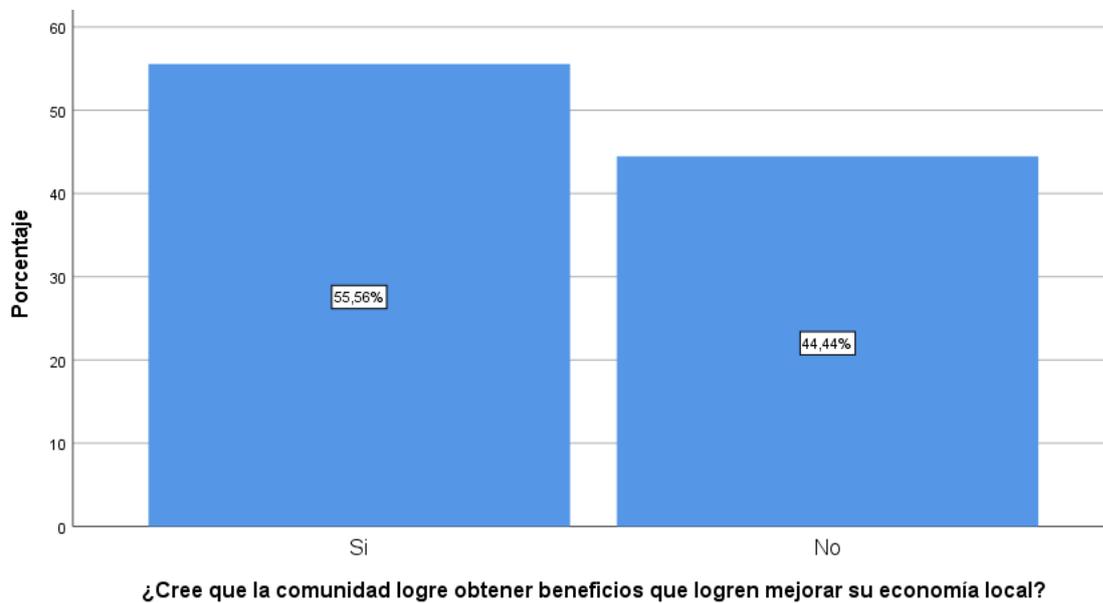
**Tabla 95.** Obtención de beneficios C.5.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	55,56	55,56	55,56
	No	3	44,44	44,44	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

**Gráfica 72.** Obtención de beneficios C.5.



**Fuente:** Encuestas aplicadas, (2022)

**Elaborado por:** Haro Jeniffer, (2023)

El 44,44% de los técnicos encuestados del MAGAP creen que no se logre obtener los beneficios necesarios para mejorar la economía local de la comunidad de Tolóntag, mientras que el 55,56% piensan que si se logre obtener los beneficios necesarios para mejorar la economía local de la comunidad de Tolóntag.

*Anexo 5. Collage de fotografías de los habitantes de Tolóntag (Emprendedores agrícolas)*



**Fuente:** Haro Jeniffer (2022)