



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
Facultad de Posgrado e Investigación.

Tesis en opción al título de Magíster en:
Gestión de Empresas Turísticas

Tema de tesis:
**Propuesta de un modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a
fincas agroturísticas del cantón Milagro - Ecuador**

Autor:
Lcdo. Ángel Israel Freire Díaz

Director de Tesis:
Lcdo. Gorki Aguirre Torres, Msc.

2020
Guayaquil Ecuador

Declaración expresa

La responsabilidad del contenido de este proyecto de posgrado corresponde exclusivamente al autor y su propiedad intelectual pertenece a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Lcdo. Ángel Israel Freire Díaz

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado por sobre todas las cosas a Dios Padre, creador del universo y de la vida que en él habita, que me ha brindado sabiduría a través de su Santo Espíritu para poder desarrollar el presente documento.

A mi amada familia, mis abuelos: Ricardo Pelagio, Ubertina Esperanza, Segundo Sebastián y María Lucía que siempre están en mis pensamientos y han sido ejemplo de vida, humildad, honestidad, trabajo, constancia y mucho amor.

Agradecimiento

A mi padre el Ing. Gabriel Freire y mi madre Sra. Fresia Díaz, por ser el motor que me impulsa a lograr las metas planteadas, así como mis hermanos: Sebastián, María Fernanda, Gabriel y Juan.

A mi amada esposa Gabriela, por hacerme barras, motivarme siempre a buscar la excelencia y apoyarme en todas las decisiones tomadas con mucha responsabilidad y amor.

A mi tutor de tesis Lcdo. Gorki Aguirre Torres, PhD (c), por su orientación académica, metodológica e investigativa, así como su paciencia y sabiduría para guiar el desarrollo del presente trabajo de investigación ¡Gracias de corazón!

A mi querida familia política: Sra. Teresita Sánchez, Sr. Washington Torres, Srta. Mayra Torres, por haberme recibido en su seno familiar como un hijo más, sus palabras de aliento, consejos y cariño.

A mis colegas y compañeros de maestría: Mónica A., Isidro, Lady, Mónica C., Jenniffer, Patricio y Julio por las experiencias adquiridas y la amistad que llegamos a desarrollar.

A todos los docentes del programa de la Maestría en Gestión de Empresas Turísticas por la transferencia de conocimientos, así como al personal administrativo y servicios de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por motivo proponer un modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a las fincas agroturísticas del cantón Milagro, provincia del Guayas, y poder así, brindar alternativas para la reactivación turística, generar plazas de trabajo, potenciar el rendimiento de las fincas y mejorar la oferta gastronómica que permita a los visitantes tener experiencias agradables, de aprendizaje, esparcimiento en armonía con el ambiente y preservando la identidad gastronómica de la localidad. Se puede también indicar que la investigación tiene un diseño no experimental con enfoque cualitativo, exploratorio, de corte transversal efectuado en un período corto de tiempo, puesto que admite la recolección de datos sobre las variables como se manifiestan en su estado natural, para posteriormente, realizar el análisis de los resultados, los que avalaron el estudio efectuado a los actores principales del presente estudio. La investigación fue realizada en las fincas agroturísticas ubicadas en el cantón Milagro. Fue considerado para la ejecución de la investigación un enfoque cualitativo, cuyo motivo es expresar el desempeño de la gestión ejecutada por los propietarios de las mismas. Respecto al alcance investigativo es exploratorio, el desarrollo del mismo está orientado a iniciar el estudio del desempeño de las actividades de turismo gastronómico en las fincas agroturísticas de Milagro, por lo tanto se utilizarán los enfoques metodológicos ya mencionados, que permitirán conocer y medir las manifestaciones sentidas por los propietarios de las fincas. Para el procesamiento de la información el método fenomenológico es entendido no únicamente como un ejercicio previo al quehacer científico, sino como una metodología que admitía una nueva modalidad de aproximarse al conocimiento y que facilitaba sus mejores frutos, aplicada a las ciencias humanas o las ciencias sociales.

Palabras clave: Modelo de gestión, Turismo Gastronómico, Agroturismo.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to propose a gastronomic tourism management model applied to agritourism farms of the Milagro city, Guayas province, and this be able to provide alternatives for tourist reactivation, generate jobs, enhance the performance of the farms and improve the gastronomic offer that allows visitors to have pleasant experiences, learning, recreation in harmony with the environment and preserving the gastronomic identity of the town. It can also be indicated that the research has a non-experimental design with a qualitative, exploratory, cross-sectional approach carried out in a short period of time, since it allows the collection of data on the variables as they manifest in their natural state, for later, carry out the analysis of the results, which endorsed the study carried out on the main actors of this study. The investigation was carried out in the agritourism farms located in the Milagro canton. A qualitative approach was considered for the execution of the research, whose motive is to express the performance of the management executed by the owners of the same. Regarding the investigative scope, it is exploratory, its development is aimed at starting the study of the performance of gastronomic tourism activities in the agritourism farms of Milagro, therefore the aforementioned methodological approaches will be used, which will allow to know and measure the manifestations felt by the owners of the farms. For information processing, the phenomenological method is understood not only as an exercise prior to scientific work, but as a methodology that admitted a new way of approaching knowledge and that provided its best results, applied to the human sciences or social sciences.

Key words: Management model, Gastronomic Tourism, Agritourism.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	8
1.1. Antecedentes de la investigación.....	8
1.2. Planteamiento del problema de investigación.....	13
1.2.1. Formulación del problema	14
1.2.2. Sistematización del problema.....	14
1.3. Objetivos de la investigación	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4. Justificación de la investigación.....	15
1.5. Marco de referencia de la investigación.....	16
1.5.1. Modelos de Gestión: concepto y características	16
1.5.1.1. Concepto de Modelo de Gestión	16
1.5.1.2. Características del Modelo de gestión.....	18
1.5.2. Visión Macroeconómica del Turismo, Turismo Gastronómico, Agroturismo	19
1.5.3. Modelos de investigación Turística.....	26
1.5.3.1 Modelos turísticos.....	26
1.5.3.2. Modelos de impacto económico de inspiración Keynesiana.	27
1.5.3.3. Modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos	28

1.5.3.4. Modelo escogido para desarrollo de investigación: Modelo de evaluación de competitividad y sostenibilidad estratégica de destinos turísticos “Comp&tenible Model”	29
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO	31
2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación	31
2.2. Métodos de investigación.....	32
2.3. Unidad de análisis, población y muestra.....	33
2.4 Variables de la investigación, operacionalización	33
2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información	35
2.6. Tratamiento de la información.....	35
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	36
3.1. Análisis de la situación actual del Agroturismo en el cantón Milagro	36
3.2. Análisis comparativo, tendencias y perspectivas	37
3.3. Presentación de resultados y discusión.....	37
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS	56

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo y la Organización de los Estados Americanos, (2018) en su libro “El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas” determinan que: “La creciente influencia del turismo como motor económico y su potencial como herramienta de desarrollo son irrefutables. Los datos disponibles muestran que este sector es responsable de más del 10% del producto interior bruto mundial (PIB) y que aporta uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo.”

El espacio geográfico americano comprende una gran variedad de riquezas naturales y culturales que permiten la gestión sostenible de esta actividad, la cual puede contribuir a lograr una mejora en la calidad de vida de los habitantes, su crecimiento económico y la conservación y revalorización del patrimonio (OMT 2003).

Como menciona la OMT (2003) que se aborda al turismo rural desde una perspectiva de desarrollo regional que involucra a dos sectores: el agropecuario y el turístico; los que se complementan a partir de sus recursos y posibilidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambos sectores y en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa e indirectamente.

En su investigación López-Guzmán y Jesús (2011) indican que el turismo culinario se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la importancia, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita. Así, y de hecho, ya existen determinados viajeros que consideran como motivación principal de su viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta. Por otro lado, y aunque en ocasiones la comida no es el motivo principal del viaje, sí se configura como un elemento clave para realizar el

viaje y, por tanto, en uno de los aspectos fundamentales que deben de tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica.

Posteriormente, la Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019), manifiestan que la gastronomía siempre ha formado parte del turismo, pero su relación en las últimas décadas ha cambiado significativamente. En los últimos años, asistimos a un fenómeno en el que el gran interés por lo gastronómico ha supuesto que la relación turismo-gastronomía haya evolucionado hacia nuevos modelos, dando lugar a un nuevo segmento turístico – el turismo gastronómico.

El contexto actual derivado de la crisis sanitaria del COVID-19 está marcado por la incertidumbre y presenta una serie de retos múltiples para la sociedad en general y para el turismo en particular. Un escenario que ha supuesto la desaparición momentánea de algunos de los problemas clásicos de sostenibilidad que el turismo había provocado en algunos espacios turísticos, lo que desde la comunidad científica se ha visto como una oportunidad única para repensar el turismo y construir un nuevo modelo basado en la sostenibilidad (Ortega et al. 2020).

Por consiguiente, el presente documento tiene por motivo proponer un modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a las fincas agroturísticas del cantón Milagro, provincia del Guayas, y poder así, brindar alternativas para la reactivación turística, generar plazas de trabajo, potenciar el rendimiento de las fincas y mejorar la oferta gastronómica que permita a los visitantes tener experiencias agradables, de aprendizaje, esparcimiento en armonía con el ambiente y preservando la identidad gastronómica de la localidad.

Se puede también indicar que se espera que las conclusiones y recomendaciones del presente estudio sirvan como punto de partida para investigaciones que busquen recopilar más conceptos y experiencias. Para los propietarios de las

fincas, se espera que este documento sirva como instrumento de apoyo para diseñar estrategias en beneficio sus actividades turísticas. Finalmente, el documento se estructura en las siguientes secciones:

El Capítulo I, conocido como Marco Teórico Conceptual, analiza aspectos concernientes con los antecedentes de la investigación, la problemática, objetivos, la justificación de la investigación y el marco de referencia, donde se exponen conceptos y modelos turísticos de investigación.

El Capítulo II, llamado Marco Metodológico, describe la metodología aplicada a la consecución de los objetivos. También se indica en este capítulo etapas desde el diseño de la investigación, operacionalización de la variable, técnicas de recolección de información hasta el procesamiento de los datos obtenidos.

El Capítulo III, denominado Resultados y Discusión, recopila el análisis del rendimiento de las fincas agroturísticas, el análisis de los resultados mediante en método fenomenológico y posteriormente presentar los resultados y discusión.

Se concluye que el modelo de gestión de turismo gastronómico propuesto, es una opción de importancia para poder ejecutar el fortalecimiento de las habilidades de las fincas agroturísticas objetos de estudio.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes de la investigación

Barroso González y Flores Ruiz (2006) en su artículo científico “La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico” afirman que:

El fenómeno turístico, en las últimas décadas, ha ido adquiriendo una gran importancia y todo apunta a que en un futuro ésta seguirá su ritmo ascendente, pues, de ser considerado como un fenómeno coyuntural, cuya importancia social y, sobre todo, económica, era relativizada y minimizada por importantes organismos internacionales como el Banco Mundial, en época reciente, ha pasado a ser considerado como un fenómeno estructural, cuyo protagonismo en la economía internacional, en general, y en la de muchos países, regiones y localidades, en particular, cada vez es mayor, superando, en muchos casos, al de algunos de los sectores económicos tradicionales, tales como la agricultura, la minería, la pesca, las manufacturas, etc.

Como indica la Organización Mundial del Turismo UNTWO, (2012), en su publicación científica “Global report on Food Tourism”: “El crecimiento del turismo gastronómico en todo el mundo es un hecho evidente, al configurar este uno de los segmentos de mayor dinamismo dentro del mercado turístico”.

Podemos indicar que Vacas San Miguel (2017), en su tesis de maestría titulada: “Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia. Propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos”, define al turismo gastronómico como personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentales en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar

productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

Cabe recalcar que Cuevas et al, (2018) en su artículo denominado “Preservación de la herencia cultural a través del Turismo Gastronómico” nos indican que:

En la cocina o la gastronomía de cada destino, se esconden riquezas culturales explotables. En cada una se cuenta su historia, sus creencias, sus recuerdos, sus personajes y sus valores; se denota un interés por aprender sobre el lugar que se visita, surge curiosidad por entender a la cultura a la que uno se inserta y todo esto se adquiere a través de esa experiencia auténtica y vivencial que el destino brinda a sus visitantes.

Por su parte, Barrera y Bringas Alvarado, (2008) en su artículo científico “Las rutas alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos”, manifiestan que: “La búsqueda de nuevas sensaciones por parte de los turistas, convierte a este negocio en una tentativa para la introducción de nuevos productos en el mercado”.

Schlüter y Thiel Ellul, (2009) en su investigación publicada en “Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural” titulada: “Gastronomía y Turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré” afirman que:

El turismo gastronómico ha generado mayor interés en los investigadores de diferentes países desde la organización del Congreso Mundial de Turismo Gastronómico realizado por la OMT en el año 2000. Dada la creciente importancia de la gastronomía en el campo del turismo, es necesario conocer cuáles son las variables más valoradas en la satisfacción de los servicios de gastronomía, para potencializar este recurso como un atractivo turístico del destino y para que los prestadores de servicios de restauración puedan diseñar estrategias acordes a la demanda.

Monterrubio Cordero, (2009) en su artículo publicado en la revista "Gestión Turística" denominado: "Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística" indica lo siguiente:

Debido a la importancia económica que el turismo ha demostrado en algunos destinos turísticos, es el aspecto materialista que ha dominado no sólo los esfuerzos académicos sino los intereses gubernamentales y empresariales de aquellos involucrados en el turismo. Las comunidades locales, por carecer históricamente de voz pública ante los procesos de gestión turística, han sido observadas como un recurso a utilizar más que como un elemento fundamental en la actividad turística.

Posteriormente, Flavián y Fandos, (2011) en el libro: "Turismo gastronómico: estrategias de Marketing y experiencias de éxito" destacan que:

"La importancia creciente de la gastronomía en el marco de la actividad turística y sobre todo el incremento cada vez más evidente de las situaciones en las que la gastronomía constituye un eje fundamental del turismo, ha contribuido a que se empiece a utilizar el término "turismo gastronómico". Sin embargo, cabe precisar que no existe una definición consensuada acerca del concepto. En general, se entiende por turismo gastronómico "la actividad del turista o visitante que planea sus viajes parcial o totalmente para degustar la gastronomía del lugar o realizar actividades relacionadas con la misma".

Melgar, (2013) manifiesta en su artículo, publicado en revista "Pasos", titulado: "La gastronomía en el sistema turístico. Buscando nuevos productos, mejorando destinos. El caso de la isla de Fuerteventura" que:

Desde que empezó a estudiarse la relación existente entre turismo y gastronomía a finales de los años ochenta, el abordaje de dicha disciplina se ha realizado desde diferentes enfoques académicos; desde el económico, al

antropológico, desde el sociológico, al psicológico, desde el histórico al sociocultural. Los estudios sobre turismo gastronómico no sólo se han centrado en intentar buscar qué relación ha existido y existe entre el turismo y la gastronomía o sobre el impacto económico que genera en el destino donde tiene lugar, sino también sobre aquellas motivaciones que hacen que un turista escoja un destino en particular basado en su gastronomía, sobre los factores culturales que lo rodean y en menor medida en estudiar cuál es y cuál puede ser la contribución de este nexo entre gastronomía y turismo al desarrollo de las comunidades locales, donde la comida local tiene un alto potencial para mejorar la sostenibilidad del destino y contribuir a la autenticidad a través de las experiencias vividas (no soy diferente, soy único) fortaleciendo la economía local a través de la incorporación al sistema turístico de todos los actores implicados en el proceso.

En el plano ecuatoriano, para Van Hoof *et al.*, (2014), en el artículo científico “Percepciones del sector empresarial sobre la educación de Hotelería, Gastronomía y Turismo en el Ecuador” determinan:

Los programas de Hotelería, Gastronomía y Turismo, al igual que muchos otros programas de estudio aplicados tienen una gran responsabilidad académica dual hacia la sociedad en general y hacia las empresas a las que sirven, pues por un lado estos contribuyen a la tradición académica de la educación superior, y por otro al cumplir con su obligación con la sociedad son responsables de formar a las mentes jóvenes y de hacer que los estudiantes adultos estén en capacidad de pensar críticamente, tomar decisiones éticas y socialmente conscientes, comunicarse bien y que contribuyan positivamente a la sociedad.

En el ámbito milagreño, Zambrano *et al.*, (2017) en su investigación publicada en la revista “Ciencia” de la Universidad Estatal de Milagro titulada: “Las haciendas agroturísticas como medio de desarrollo del turismo rural en el Cantón Milagro, Ecuador” manifiestan que:

El Agroturismo es una actividad en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, y principalmente con paisajes cultivados. El agroturismo y el ecoturismo cada día van teniendo más aceptación en Ecuador y el mundo, estas actividades contribuyen no sólo al esparcimiento del turista, sino al aprovechamiento, y conservación de los recursos naturales que contribuye al turismo sostenible, combinado con los atractivos geográficos de la cordillera Chongón Colonche, riachuelos, esteros, ríos como el Daule, Babahoyo, Milagro y Guayas.

Por su parte, para Carvache, Carvache y Torres (2017), en su artículo publicado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral titulado: “Análisis de satisfacción: la gastronomía de Samborondón – Ecuador” dicen que:

Ecuador es un país turístico donde se puede encontrar destinos con atractivos culturales y naturales. Guayas es una provincia costera de Ecuador, donde se pueden encontrar 25 cantones que cuentan con diversos tipos de atractivos turísticos y con una variada gastronomía a base de exquisitas materias primas utilizadas en las recetas tradicionales.

Coronado *et al.*, (n.d.) en la publicación científica “Diagnóstico del Sistema Turístico del Cantón Milagro y determinación de Estrategias para su Desarrollo Turístico” indican que: El turismo en Milagro empezó a darse con la llegada del tren, donde vagones repletos de turistas nacionales y extranjeros en menor proporción se aventuraban a recorrer los rincones del Ecuador por distintos motivos, principalmente el comercial. Con el pasar del tiempo Milagro fue evolucionando como ciudad turística gracias a la actividad comercial que en ella se generaba a diario y en donde una gran parte de la población comercial proviene de otros sectores del país.

1.2. Planteamiento del problema de investigación

Zambrano *et al.*, (2017) dicen que: “El agroturismo es más compatible con el medioambiente que otras formas de hacer turismo, es una oportunidad de ingresos para los agricultores de la zona y los que consideran dicha actividad como una forma más barata para disfrutar de unos días de turismo y contribuye a fortalecer la matriz productiva. Sin embargo, el grado de desconocimiento sobre el agroturismo por parte de los hacendados del cantón Milagro es muy elevado, creando desinterés por orientar las haciendas hacia el agroturismo e indiferencia por parte de la población al mirar el agroturismo como una alternativa de desarrollo económico y por consiguiente de desarrollo de la región. En base a los resultados de esta investigación, se hace un llamado a impulsar el agroturismo a través de planteamientos y propuestas que muy bien pueden ser realizadas de manera conjunta por el gobierno provincial, el gobierno nacional y las universidades establecidas en la región”.

Según Tapia y Arteaga (2020). El análisis de los restaurantes de platos a la carta de la ciudad de Milagro presenta una evaluación con una calificación general promedio de un 59,72%, siendo la capacidad de respuesta la mayor debilidad de los establecimientos y la fiabilidad su mayor fortaleza, las tres variables de empatía, elementos tangibles y seguridad, presentan poca diferencia entre sí. En la variable de responsabilidad/capacidad de respuesta donde el resultado evidencia un bajo nivel de empoderamiento de los trabajadores con respecto al negocio, esto es posiblemente una respuesta a trabajo precario, esto es en condiciones de subempleo lo que impide que exista una mano de obra calificada para el negocio de restaurantes. En la variable de elementos tangibles, la de menor puntuación es el indicador de instalaciones exteriores y área de estacionamiento que por lo general carece de espacio dedicado para los vehículos de los clientes lo que facilita el acceso al servicio. Los resultados de la evaluación indican la necesidad de un amplio esfuerzo por mejorar la infraestructura de los

restaurantes de Milagro, ascendiendo de un negocio muy local a uno que atraiga clientes de otras ciudades.

Entonces según lo indicado por los autores, en el cantón Milagro existen problemas en el Agroturismo y en el Turismo gastronómico que principalmente se centran en el trato a los clientes, bajo nivel de capacitación turística hacia los colaboradores, infraestructura deficiente y desconocimiento de temas turísticos por parte de los propietarios. Con esto se procede a realizar el planteamiento del problema en el siguiente apartado.

1.2.1. Formulación del problema

¿De qué manera incide un modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a las Fincas agroturísticas para promover estrategias de reactivación de la economía del cantón Milagro?

1.2.2. Sistematización del problema

¿Cuál es la situación del agroturismo en el Cantón Milagro?

¿Están capacitadas las fincas agroturísticas para ofertar servicios turísticos competitivos y de calidad?

¿Aplicar un modelo de gestión de turismo gastronómico ayudaría a dinamizar la economía de las fincas agroturísticas de Milagro?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Proponer un modelo de gestión de turismo gastronómico para las fincas agroturísticas del cantón Milagro, provincia del Guayas.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir la situación actual del agroturismo en el cantón Milagro.

Describir el desempeño de las fincas agroturísticas durante el primer semestre del año 2020, bajo la perspectiva de sus propietarios.

Proponer acciones para impulsar el turismo gastronómico en las fincas agroturísticas del cantón Milagro.

1.4. Justificación de la investigación

López-Guzmán *et al.*,(2011), indican: “Los destinos turísticos deben de considerar la importancia de la comida como contribución a la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del área geográfica que visita. La gastronomía es actualmente uno de los elementos clave para el desarrollo y la potenciación de un destino turístico y, por ello, tanto las diferentes administraciones públicas como las empresas privadas deben considerarla como un elemento clave en la promoción y comercialización de un área geográfica”.

Por su parte, Zambrano (2014), en su investigación manifiesta: “El sistema turístico del cantón Milagro no satisface las expectativas y preferencias de los ciudadanos motivo por el cual los habitantes emigran a otras ciudades en busca de actividades turísticas. Este sector es poseedor de grandes extensiones de tierras, además de contar con paisajes que enaltecen la figura de Milagro, sin embargo, existe una baja actividad turística que hace que este no sea muy conocido, a pesar de existir una amplia actividad comercial, sin embargo, se podría mejorar. Las preferencias de los ciudadanos por lugares turísticos como centros comerciales, campos o haciendas, balnearios, parques de diversión han incrementado debido a que en ellos se puede disfrutar de un sano esparcimiento junto a la familia, amigos u otros, sin embargo, la poca difusión de estos sitios ha originado que las personas se dirijan a otras partes fuera de esta ciudad”.

En este sentido, la investigación resulta conveniente desde el ámbito social, puesto que plantea articular una serie de estrategias para desarrollar y brindar mejoras económicas para sus beneficiarios. Esto se traduce también en óptimos productos turísticos, mayores ingresos y calidad de atención a los visitantes.

El desarrollo de esta investigación representa un aporte al sector académico, ya que parte de conceptos y estudios previos motivados hacia la generación de conocimiento y soluciones a la problemática planteada. El presente documento será material de apoyo para futuras investigaciones ligadas al tema central.

Respecto a su pertinencia, la presente investigación propone un modelo cuyo objetivo es la reactivación económica del cantón Milagro, principalmente en el mejoramiento de las condiciones de empleo, diversificación de la oferta turística y estrategias a propietarios de predios rurales, fincas y haciendas, que pueden ver en el desarrollo de actividades turísticas una fuente de ingresos económicos a aprovechar. En términos generales, la presente investigación es pertinente en su ejecución, puesto que parte de conceptos e investigaciones previas en función del desarrollo turístico y económico de la región estudiada.

1.5. Marco de referencia de la investigación

1.5.1. Modelos de Gestión: concepto y características

1.5.1.1. Concepto de Modelo de Gestión

La administración en la producción se visualizó como ciencia a partir de Frederick Taylor, a comienzos del siglo pasado, al poner el acento en la eficacia y la productividad, aplicando métodos y reglas a los procesos productivos (Claude, 1972) citado por Schmal & Ruiz-Tagle, (2009). Toda gestión será más o menos exitosa en la medida en que se alcancen los objetivos definidos (eficacia) por las organizaciones y haga un óptimo uso de los recursos disponibles o que se han

logrado obtener (eficiencia) (Koontz y Wehrich, 1991) citado por Schmal & Ruiz-Tagle, (2009).

En esencia, un modelo es una representación simplificada y simbólica de un conjunto de relaciones causa-efecto de una realidad compleja que se intenta abarcar y comprender. Cuando se le añaden los complementos de negocio o empresarial estamos tratando de representar el conjunto de las relaciones comerciales o corporativas de dichos modelos en su conjunto, es decir, a través de su cadena de valor (Campos Freire 2010).

Para Pérez y González (2013), un modelo de gestión recoge un conjunto de proposiciones relativas a las variables a tener en cuenta a la hora de aplicar los conocimientos y su influencia. Es decir, considera todas las variables existentes y las utiliza como base para formar una guía, que indique cómo realizar los pasos especificados dentro de la administración de una organización.

En su investigación, García Reinoso (2017), resalta que el modelo de gestión turística debe exponer una metodología que garantice el manejo del turismo sostenible, esencialmente mediante un proceso de planificar y organizar el trabajo, realizar un diagnóstico del territorio y efectuar un estudio profundo para obtener las mejores estrategias, a fin de aplicarlas en los diferentes ejes locales y propender el desarrollo de la comunidad.

De esta manera se puede establecer que los modelos de gestión constituyen un procedimiento de carácter gerenciales y de participación que se utilizan como herramientas que permiten tomar importantes decisiones, para lo cual realizan un procedimiento de planificación, formación, distribución, administración, dirección y control, a través de la incorporación de estrategias, que buscan alcanzar el éxito y en las prácticas gerenciales de la empresa, generando una mayor competitividad dentro del mercado, para lo cual sus productos o servicios deben tener la mejor calidad y ofrecer algún valor agregado, pues esto permitirá obtener un alto margen

de rentabilidad, lo que es beneficioso para todos los participantes del proceso (Quinatoa 2020).

Podríamos indicar también que Sangucho y Ruiz (2020), indican que un modelo de gestión en el sector turístico, representa un importante aporte a la mejora de los procesos ofertados en el mercado y precisamente en el sector hotelero mejorar ostensiblemente cada uno de los elementos de su estructura, lo que se traduce en mejoramiento del servicio y crecimiento de la demanda, no se puede olvidar que el fin último de una organización hotelera es mantener y mejorar la rentabilidad percibida.

Es posible concluir que la empresa no se debe apresurar para adoptar el modelo administrativo del momento, pues normalmente funciona a lo contrario, es la tendencia de las empresas las que generan los nuevos postulados administrativos, sin embargo, muchos administradores se siguen por las modas, aplicándolas sin considerar si son las adecuadas para el específico medio ambiente en el que se mueven, y a la dinámica interna requerida para cumplir los requerimientos de este, ocasionando la disparidad y el desalineamiento entre el sistema y el macrosistema que la contiene, por lo tanto fallas en la organización. Si tercamente se empeñan en mantener dicho modelo, la empresa prontamente se verá abocada a un serio problema que pondrá en riesgo su supervivencia (Peralta 2016).

1.5.1.2. Características del Modelo de gestión

¿Qué entendemos por Modelo de Gestión? Llamamos aquí modelo de gestión a un modelo de toma de decisiones dentro de una organización. Es decir, la secuencia, ordenada y (a veces) deben, son planteadas y resueltas sus decisiones. Puede por ejemplo, detectar que las reparaciones y obras de mantenimiento en un determinado servicio se consiguen cuando alguno de sus empleados está informalmente relacionado con el jefe de mantenimiento y que de poco sirve mandarle simplemente a este un memorándum (Tobar 2002) .

Los elementos de un modelo de gestión son la planeación que incluye la selección de misiones y objetivos y las acciones para lograrlos, además requiere la toma de decisiones. Esto significa seleccionar cursos futuros de acción entre varias opciones. También, se encuentra la organización que forma parte de la administración, lo que implica establecer una estructura en la que se exista asignación de funciones a los integrantes de la empresa, con el fin de que se alcancen las metas propuestas. Además, se considera la herramienta de dirección que consiste en influir sobre las personas para que contribuyan a la obtención de las metas propuestas en la planeación, es decir, los aspectos interpersonales de la administración. Y, por último, está el control que facilita el logro de los planes. Si bien, la planeación precede al control, los planes no se cumplen por sí solos, pues el control implica medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que lo actuado se ajuste a lo planeado (Bustillos 2018).

Según indican Vera y Blanco (2019) La evolución y transformación del mercado exige que las empresas cambien sus modelos tradicionales basados habitualmente en arquitecturas organizacionales, para que se adapten a los retos que representan el contexto y el momento económico. Ante ello, es necesario contar con un talento humano competente y alineado con la estrategia organizacional de la empresa.

1.5.2. Visión Macroeconómica del Turismo, Turismo Gastronómico, Agroturismo

1.5.2.1. La Visión Macroeconómica del Turismo

Podemos indicar que la visión macroeconómica del turismo se centra en sus aportaciones a los ingresos de un país, el empleo global generado, la participación del turismo en el Producto Nacional Bruto, etc. Todas esas estimaciones son indicadores aproximados de la actividad turística de una unidad territorial dada, país, región o comarca. Para ciertas economías, por ejemplo, esta estimación es

central porque dependen en forma decisiva del nivel de turismo alcanzado. Pero no por ello, se integra todo lo que realmente forma parte de la esfera de influencia del turismo y, al contrario, en ocasiones se puede llegar también a sobreestimar el turismo. (Hiernaux 2002) .

Dieckow, (2010) también nos manifiesta que a naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que evolucionan dinámicamente. Es por ello, que el turismo es un sistema abierto relacionado con su ambiente con el cual establece un conjunto de intercambios (importa insumos que al ser procesados salen convertidos en productos). La relación que tiene con su entorno es dinámica, pues las necesidades y expectativas de los demandantes (visitantes, recreacionistas locales y población local) presionarán constantemente al cambio y desarrollo de servicios turístico - recreativos. Otra variable que afecta al desarrollo del sistema turístico son las políticas de desarrollo del país, teniendo que adaptarse el turismo a estas directrices, generando productos que contribuyan al logro de objetivo y metas planteadas en el marco de estas políticas. Esto surge básicamente de la dependencia de la demanda turística a las variables y factores económicos, como los ingresos, la variación de precios, el tipo de cambio. En definitiva, el turismo va en función de determinadas variables económicas. Pero también depende de otros factores tales como la evolución de la economía mundial, los impactos políticos, sociales (seguridad) y culturales y el marketing.

Cruz y Velázquez (2020), determinan que el impulso de la actividad turística bajo un enfoque puramente económico, así como la consolidación del turismo cultural en la entidad avanzan, predominantemente, hacia la generación y mejoramiento de la infraestructura turística y de otras condiciones que permiten garantizar la atracción y permanencia del capital privado en los principales destinos de la entidad.

Podemos resaltar también lo que expresa el Banco de España (2020), manifestando que la expansión a escala global del Covid-19, enfermedad causada por un coronavirus, y, sobre todo, las medidas adoptadas para reducir la pérdida de vidas humanas han conducido a la mayoría de las economías a una paralización de parcelas importantes de la actividad y, por tanto, a una caída profunda y repentina del PIB. De este modo, la crisis sanitaria global ha dado paso a una crisis económica global. Ante la magnitud del problema, las autoridades económicas han reaccionado poniendo en marcha medidas en ámbitos muy diversos, al objeto de paliar los severos efectos de salud pública, sociales y económicos de la crisis. En su investigación, García et al., (2020) expresan que: “La situación de alerta sanitaria ha llevado a que los diferentes sectores de la economía sufriesen una parada muy importante, y el sector turístico, posiblemente, ha sido uno de los más afectados.”

1.5.2.2. Turismo gastronómico y su importancia

Respecto al turismo gastronómico, Espeitx, (2004) nos indica que al patrimonio alimentario se le destina un espacio importante en diferentes modelos de turismo que parecen proliferar en los últimos tiempos: agroturismo, turismo rural, ecoturismo, turismo cultural... Con matices según los diferentes enfoques, los platos y productos patrimonializados aparecen como una parte substantiva del paquete. Se abordarán como parte de la cultura local, como expresión de las formas de vida tradicionales, como síntesis y concreción de un clima y un paisaje. Naturaleza, cultura, deporte y gastronomía se convierten en los grandes ejes sobre los que se estructuran estos modelos. Una gastronomía que aparece fundamentada en los pilares de producciones “de la tierra” y cocina local, como mínimo en los discursos, aunque a veces no tanto en la realidad. En cualquier caso, esta gastronomía local, más o menos “auténtica” es un factor de atracción indiscutible.

También es necesario indicar que Clemente *et al.*, (2008) sostienen que: “la gastronomía es uno de los elementos tangibles que compone la cultura de una

sociedad y, que, como tal, puede ser utilizado como recurso turístico. La gastronomía supone un signo distintivo de las sociedades y territorios”.

Los autores Dorta y Padrón (2019) manifiestan que no se sabe mucho de las características reales del perfil del turista que viaja motivado por la gastronomía, que serían esenciales para llevar a cabo campañas de comunicación efectivas tanto para empresas de restauración u otro tipo de empresas que quieran utilizar la gastronomía para satisfacer a los turistas, como para los destinos que quieran utilizar este atributo como catalizador de experiencias únicas y auténticas tan deseadas por los turistas.

Magri (2020), en su tesis de maestría indica que El turismo gastronómico es una tendencia en la que los turistas otorgan valor importante a la culinaria y, con ello, también al turismo cultural, a las fiestas, al patrimonio, etc. Se trata de un tipo de turismo más activo que invita a la participación del turista. En este sentido, el turista se siente motivado a consumir los productos tradicionales de la región que visita pero no se queda solo en ello: también se pretende que el visitante experimente la cultura y la tradición local por medio de la gastronomía por lo que adquiere un valor añadida en el consumo de esa comida o bebida.

Para Gonçalves et al. (2020), La relación entre turismo y gastronomía, consolidada a lo largo del siglo XX, pasó a ser influenciada por factores como el paisaje local, la cultura y las tradiciones de la región que, aliados a la gastronomía, estimularon la creación de rutas turísticas y su valoración.

Según Ordoñez et al. (2020), consideran que la información sobre gastronomía deberá ser más destacada y accesible. Una dimensión crucial, como se ha presentado en este documento, es encontrar formas e ideas para entregar a los turistas lo que quieren en términos de variedad de platos y alimentos, pero aun así educar sus paladares para que consideren y prueben como opción la herencia

gastronómica del anfitrión y así la tradición culinaria pueda ser conservada, mejorada y apreciada.

Por lo tanto, los turistas son, protagonistas ineludibles de esta evolución; su estudio y comportamiento ha sido un campo de investigación necesario que ha ido cambiando a tenor de la diversificación, cada vez más amplia y acelerada, de la oferta y la demanda. Ahora bien, y como se constata en la bibliografía, en la elección y realización de un destino turístico intervienen principalmente factores económicos, sociales y psicológicos. La consideración de unos u otros ha llevado a la literatura académica a proponer una serie de tipologías bien por separado, bien interrelacionadas. Se asume, eso sí, que en el planteamiento de un viaje se combinan elementos como la capacidad adquisitiva, la personalidad, la moda social o las motivaciones. Y si bien diferentes y abundantes tipologías han dominado el marketing turístico en general, desde la fuerza que el turismo gastronómico ha adquirido, estas clasificaciones también se han ido trasladando al viajero gastrónomo (Aguirregoitia Martínez y Fernández Poyatos 2019).

1.5.2.3. Agroturismo, conceptos básicos e importancia actual en las tendencias turísticas

Se entiende que el agroturismo es la práctica desarrollada en el área rural de un territorio determinado, en la cual el agricultor o propietario del predio, ofrece servicios de alojamiento y alimentación, pudiendo estar complementado por otras actividades ligadas a la actividad agrícola. El visitante o turista puede participar activamente de las tareas del campesino o ser mero espectador. El desenvolvimiento del Agroturismo debe enmarcarse en tareas de sustentabilidad y sostenibilidad en los ámbitos de su alcance, responsabilidad que recae sobre el propietario del lugar, visitantes, turistas (Ríos and Ullauri 2015).

Peralta y LI, (2017) nos manifiestan que el agroturismo es una actividad que brinda a los productores y comunidades rurales, la oportunidad de combinar el desarrollo agropecuario con el desarrollo de una actividad turística. A través de la prestación de servicios como la gastronomía, alojamiento, paseos guiados, muestra de actividades rurales cotidianas y venta de productos artesanales, provee a los productores de un ingreso que impacta positivamente en su economía. Es considerado una estrategia de desarrollo territorial para la reactivación de las zonas rurales, dando valor y jerarquía a la identidad local y a los procesos productivos, mediante una visión comercial y turística. En algunos países, los conceptos de turismo rural y agroturismo se consideran como sinónimos. Esta confusión se debe a la manera en que se presentan y describen las ofertas de servicios, aunque realmente son dos productos distintos. En el turismo rural, se privilegia el disfrute de la vida de campo y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias. Por su parte, el agroturismo tiene como eje principal de su oferta, las actividades propias de las explotaciones rurales y la participación en las prácticas cotidianas. En este contexto, el agroturismo ofrece “experiencias” en un ambiente rural con oportunidades de diferenciación, permitiendo situaciones de interacción positiva

con visitantes de las ciudades para sembrar en ellos un espíritu de cuidado del entorno natural y el respeto por el estilo de vida local.

Como se puede apreciar, para Soriano, (2017) existe una evolución a la hora de dar una respuesta a la definición de agroturismo. Se puede hacer una extracción con el fin de entender la concepción de esta práctica. En definitiva, podría entenderse de la siguiente manera: el agroturismo es una actividad de ocio turística desarrollada a partir del turismo rural que busca el contacto con la naturaleza, para lo cual se considera necesario que la actividad se realice en el ámbito rural, con oportunidad de tener el hospedaje lugar en la propia explotación agraria. Lo que diferencia al agroturismo del turismo rural convencional es la posibilidad de realizar labores en la granja y en su entorno, disfrutando de una experiencia más completa en tanto a cómo es o fue la vida en el contexto rural. El contacto con las labores, costumbres y personas autóctonas brindan el valor exclusivo al agroturismo.

En su investigación, Nieto (2020), concibe al Agroturismo como la actividad asociada al turismo rural que se realiza en áreas agropecuarias, donde la sociedad local hace partícipes a sus visitantes de sus tradiciones, técnicas agrícolas y manifestaciones socio-productivas, en beneficio de la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

Por su parte, Solís y Camúñez (2019) resaltan que la definición del término agrario o turismo, logra vislumbrar la inclusión del ser humano como precursor de su desarrollo, ya sea como productor o consumidor, presentando al hombre como pieza clave para que se ejecute su producción, o en contraste para que mediante su apreciación o valoración se decidan consumir lo que está disponible en el mercado.

En concordancia con lo antes mencionado, Mateo et al (2020) resaltan que el agroturismo no solo es una respuesta al crecimiento económico del país, sino también un motor al eje social mediante la apertura de nuevas plazas de empleo, así como la vinculación con la comunidad rural. 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.

Para Templado and Lucarelli (2020) el turismo rural puede tener un impacto altamente educativo, cuando, además de la observación, hay aprendizaje que puede tener lugar, por ejemplo, a través de cursos o talleres específicos sobre la identificación de la especie, sobre el reconocimiento y la recolección de frutas y verduras, en las habilidades manuales relacionadas con las prácticas artesanales (producción de herramientas de trabajo o de decoración), talleres locales de cocina, talleres sobre fotografía de la naturaleza, etc.

1.5.3. Modelos de investigación Turística

1.5.3.1 Modelos turísticos

Para analizar y proyectar este conjunto de fenómenos y relaciones que llamamos turismo, hacen falta una estructura metodológica y un conjunto de modelos que expliquen coherentemente esta realidad. Los modelos, como representaciones de la realidad, en este caso turística, tienen rasgos esenciales y conjugan las principales invariantes del fenómeno estudiado (Martín Fernández 2008).

Del estudio de la bibliografía disponible, (Fernández 2006) ha llegado a la conclusión de clasificar los modelos turísticos en cuatro grupos principales:

- *Modelos estructurales – funcionales*: presentan la forma interna del “sector” turístico y su dinámica funcional: se reconocen por el nombre de “sistema turístico”.
- *Modelos de demanda*: aducen clasificaciones y factores de uno u otro tipo vinculados a ella.
- *Modelos de desarrollo de destinos*: expresan la evolución de destinos o núcleos receptores de turismo.
- *Modelos de impacto*: evalúan (con anterioridad o posterioridad) los impactos psico-socio culturales e históricos, económicos y medioambientales del turismo.

1.5.3.2. Modelos de impacto económico de inspiración Keynesiana.

Durante su investigación, Hernández Martín, (2014) nos explica que:

Los modelos de inspiración keynesiana, que relacionan una inyección exógena de gasto con los efectos totales sobre distintos agregados macroeconómicos. El respaldo teórico sobre el que se fundamenta este enfoque se encuentra en el modelo keynesiano de demanda agregada con economía abierta. La principal limitación que presentan es la no consideración de las relaciones intersectoriales y la dificultad a la hora de realizar comparaciones internacionales, puesto que la metodología utilizada para su cálculo puede diferir notablemente de unas zonas a otras. Es por ello que su uso se ha limitado a aquellas situaciones en las que no se dispone de tablas input-output. Una versión simplificada del multiplicador keynesiano del consumo turístico sobre la renta puede especificarse de la siguiente manera:

$$\frac{dY}{dCT} = \frac{1}{1 - c + m}$$

Donde Y es la renta, CT el consumo turístico, c es la propensión marginal al consumo y m es la propensión marginal a la importación. La inclusión en el

modelo de la propensión marginal al consumo y a la importación pone de manifiesto que no todo el consumo turístico genera efectos dinamizadores sobre la economía local, puesto que en cada ronda el efecto va siendo menor hasta que termina por extinguirse. El segundo grupo de modelos de estimación de los impactos económicos del turismo se apoya en el análisis input-output. A diferencia de los modelos keynesianos, se toma como punto de partida una modelización explícita de las relaciones intersectoriales que tienen lugar dentro del sistema económico, superando una de las principales limitaciones del enfoque anterior. De este modo, pueden obtenerse resultados desagregados sectorialmente para los efectos directos, indirectos e inducidos del consumo turístico. Además, este tipo de modelos presenta la ventaja de partir de un marco metodológico más coherente y homogéneo a nivel internacional, lo que facilita las comparaciones. El mayor alcance, detalle, coherencia y compatibilidad de los resultados obtenidos hacen a esta metodología superior a la anterior.

1.5.3.3. Modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos

Para Blázquez, (2012) su investigación determina que los destinos turísticos presentan un comportamiento dinámico. El modelo más conocido es el denominado “Ciclo de vida de los destinos turísticos” de Butler (1980). Según este modelo las fases que atraviesa un destino son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y madurez que deriva en el declive o rejuvenecimiento posterior. Estas fases se caracterizan por algunas particularidades que resumimos a continuación:

1. En la fase de exploración, los atractivos diseñados específicamente como oferta a los turistas no existen y la mayor parte de los visitantes al destino son del tipo errante o explorador. Aún son destinos incipientes, donde tienen mucho peso los recursos naturales y culturales del territorio.

2. En la fase de implicación, cada vez mayor porcentaje de la población local toma parte en la provisión de servicios de apoyo. En estas dos primeras etapas de crecimiento, las llegadas tienden a ser positivas, pero lentas.
3. En el estadio de desarrollo, tanto las administraciones públicas como las empresas invierten intensamente en la publicidad y en atractivos dirigidos al turismo, beneficiándose el destino de las cada vez mayores tasas de crecimiento.
4. Durante la consolidación, sin embargo, la tasa de expansión se hace más lenta y el destino se caracteriza por un desgaste de su infraestructura y de su imagen como destino.
5. En la fase de estancamiento se alcanza un pico en las cifras de llegadas turísticas, pues el atractivo del destino decae, de forma que cada vez le cuesta más mantener la fidelización de sus principales demandantes.
6. Tras el estancamiento, el destino entra en declive y “muere” (pierde cada vez más turistas y/o los que llegan realizan un menor gasto turístico) o se rejuvenece, gracias a la introducción de nuevos atractivos, perfeccionamiento de sus productos turísticos y campañas de promoción que revitalizan el uso turístico del territorio.

1.5.3.4. Modelo escogido para desarrollo de investigación: Modelo de evaluación de competitividad y sostenibilidad estratégica de destinos turísticos “Comp&tenible Model”

Mazaro, (2007) en su investigación considera que para los factores significativos o determinantes para el funcionamiento del sistema, es posible establecer estándares de desempeño y comportamiento superiores que sirvan como referenciales para el establecimiento de los objetivos en el planeamiento y gestión del turismo local. Los factores cuantitativos son, en principio, más objetivos que los cualitativos y permiten realizar una mejor comparación entre los diferentes casos. Sin embargo, la elección entre factores cuantitativos y cualitativos a veces se encuentra determinada por la falta de datos o por la necesidad de realizar estudios

in situ. Por ello, los datos cualitativos resultarán los únicos disponibles. A partir de un estándar referencial de desempeño superior, o “estado ideal” del factor, se estableció una escala de valoración decreciente con 6 niveles entre el ideal y el débil (5 y 0 puntos, respectivamente). Más importante, todavía, es que la aplicación en este formato permitirá acompañar la evolución del destino en sus avances y retrocesos de cara a los estados-estándares y a lo largo del tiempo, cumpliendo así, con uno más de los objetivos planteados en esta proposición. En efecto, la capacidad de permitir que se comparen resultados a lo largo del tiempo, es decir, la evolución del comportamiento de cada factor y a la vez, valorar una condición general del destino, hace del modelo un instrumento de predicción. Para mejor comprensión del movimiento cíclico y permanente de información-decisión-acción del sistema turístico, se propone una interpretación holística de su dinámica, que se sintetiza conforme representado en la siguiente figura.

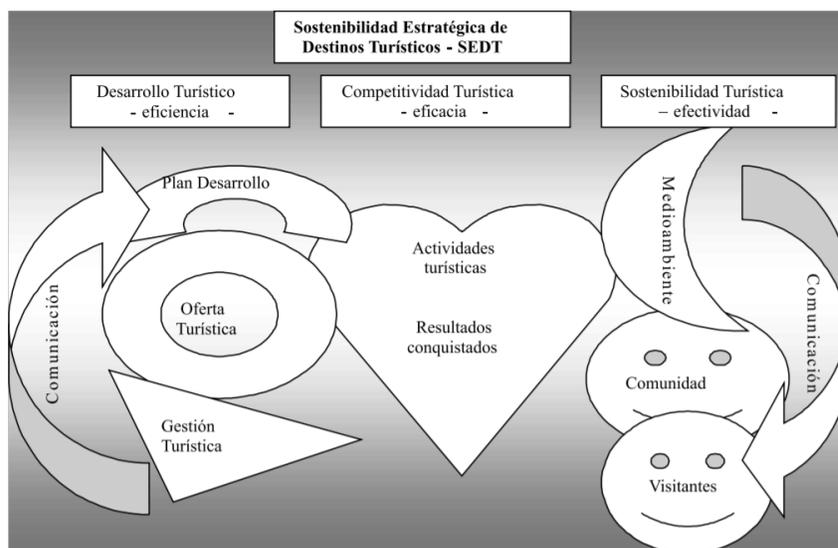


Figura 1. Sistema Turístico del Destino por el Comp&tenible Model de Mazaro, (2007)

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

Según indican Hernandez *et al.*, (2014): “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea”.

En su investigación, Mazaro (2006) señala que la investigación cualitativa involucra proposiciones descriptivas que se sitúan como puente entre observación y lectura y que comparten de algún modo ambos polos de la relación concreto–abstracto. Usa la lógica y el estudio pormenorizado sobre una cuestión, y no se pretende tanto una explicación como una comprensión de un determinado fenómeno –en este caso el desarrollo turístico en el destino.

En la presente investigación, se ha tomado como referencia la investigación de campo, el cual se realiza la actividad *in situ*, donde el investigador recoge los datos como se encuentran en el lugar donde realiza la recolección de los mismos. Se puede también indicar que la investigación tiene un diseño no experimental con enfoque cualitativo, exploratorio, de corte transversal efectuado en un período corto de tiempo, puesto que admite la recolección de datos sobre las variables como se manifiestan en su estado natural, para posteriormente, realizar el análisis de los resultados, los que avalaron el estudio efectuado a los actores principales del presente estudio.

La investigación fue realizada en las fincas agroturísticas ubicadas en el cantón Milagro. Fue considerado para la ejecución de la investigación un enfoque cualitativo, cuyo motivo es expresar el desempeño de la gestión ejecutada por los propietarios de las mismas.

Respecto al alcance investigativo es exploratorio, el desarrollo del mismo está orientado a iniciar el estudio del desempeño de las actividades de turismo

gastronómico en las fincas agroturísticas de Milagro y nos permitirá conocer las ópticas de la gestión de los propietarios desde el propio marco de referencia, por lo tanto se utilizarán los enfoques metodológicos ya mencionados, que permitirán conocer y medir las manifestaciones sentidas por los propietarios de las fincas.

Indagando desde adentro de las fincas se puede generar, donde el investigador puede encontrar los datos que se ajustan a la realidad podrá notar acciones, novedades, descubrimientos, los mismos que serán descritos en el presente documento.

2.2. Métodos de investigación

Para los autores Rodríguez y Pérez, (2017) en el método inductivo - deductivo, la inducción y la deducción se complementan mutuamente: mediante la inducción se establecen generalizaciones a partir de lo común en varios casos, luego a partir de esa

generalización se deducen varias conclusiones lógicas, que mediante la inducción se traducen en generalizaciones enriquecidas, por lo que forman una unidad dialéctica. De esta manera, el empleo del método inductivo-deductivo tiene muchas potencialidades como método de construcción de conocimientos en un primer nivel, relacionado con regularidades externas del objeto de investigación.

Según lo manifestado por Fuster, (2019) el método fenomenológico es entendido no únicamente como un ejercicio previo al quehacer científico, sino como una metodología que admitía una nueva modalidad de aproximarse al conocimiento y que facilitaba sus mejores frutos, aplicada a las ciencias humanas o las ciencias sociales. Como enfoque, se propone resolver las siguientes cuestiones: cómo estudiar esta subjetividad y cómo abordar la producción de sentido que le es inherente.

La presente investigación se va a trabajar en las fincas agroturísticas de Milagro donde se dan los hechos mediante técnicas de entrevista y observación directa.

2.3. Unidad de análisis, población y muestra

En el presente documento las unidades de análisis son los documentos facilitados por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Milagro, así como los propietarios de las fincas agroturísticas. La población se encuentra compuesta por 5 personas, que según GAD Milagro, (2018) son los propietarios de las fincas agroturísticas registradas en la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo y en el catastro turístico del cantón. Seleccionando a las mismas personas en un muestreo intencional no aleatorio a los cuales se les entrevistó personalmente.

2.4 Variables de la investigación, operacionalización

Definición de la variable: un modelo de gestión de turismo gastronómico es un instrumento metodológico y práctico que permitirá a las fincas agroturísticas de Milagro incrementar habilidades para mejorar el desempeño y por consecuencia rentabilidad de cada una ellas.

Tabla 1

Operacionalización de la variable

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE				
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
	Desarrollo Turístico de la finca agroturística	1.- Existencia de planes o estrategias de desarrollo de la finca y grado de implementación. 2.- Acciones de control o corrección de los planes o estrategias turísticas de desarrollo de la finca.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro. Propietarios de fincas agroturísticas	Análisis Documental, observación directa, entrevista.
	Competitividad turística de la finca	1.- Oferta Gastronómica. 2.- Potencialización de los recursos turísticos de la finca. 3.- Capacitaciones turísticas gestionadas a los colaboradores.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro. Propietarios de fincas agroturísticas	Análisis Documental, observación directa, entrevista.
Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico	Sostenibilidad turística del destino	1.- Existencia de plan de manejo ambiental o acciones ejecutadas favorables a la conservación del entorno. 2.- Existencia de iniciativas que promuevan la conservación de la identidad gastronómica local. 3.- Participación en negocios turísticos que promuevan el turismo receptor hacia la finca. 4.- Niveles de satisfacción de los visitantes al retirarse de la finca. 5.- Niveles de ingresos mensuales netos de la finca generado por las actividades turísticas.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro. Propietarios de fincas agroturísticas	Análisis Documental, observación directa, entrevista.

Elaborado por: el autor

2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

La recolección de la información de la presente investigación fue trabajada con distintas fuentes documentales, entre las cuales están: artículos de revistas científicas, trabajos de investigación, documentos oficiales de instituciones públicas, libros. Se efectuó un trabajo de campo con un nivel exploratorio, donde se abordarán las siguientes etapas:

- Identificación de las fincas agroturísticas de Milagro en base al catastro turístico del cantón.
- Se realizaron entrevistas, usando preguntas estructuradas, donde en concordancia con Hernandez Sampieri et al. (2014) donde “el entrevistador solicita al entrevistado una lista de conceptos a manera de conjunto o categorías”. También se utilizaron preguntas de contraste, por lo que Hernandez et al. (2014) menciona que: “al entrevistado se le cuestiona sobre similitudes y diferencias respecto a símbolos o tópicos, y se le pide que clasifique símbolos en categorías”.

Donde como herramienta de entrevista, se elaboró una guía con preguntas de tipo antes mencionadas, que permitieron descubrir el grado de conocimiento de los propietarios de las fincas sobre los indicadores del modelo de gestión de turismo gastronómico a proponerse.

2.6. Tratamiento de la información

En concordancia con las diferentes técnicas de recolección de información se presentará el análisis de los datos cualitativos. Para el análisis del contenido de las entrevistas estructuradas, se organizará la información de tal manera que se puedan construir categorías y subcategorías para poder interpretar utilizando el método fenomenológico descrito por Fuster (2019).

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de la situación actual del Agroturismo en el cantón Milagro

Según el GAD Milagro (2018), existen 5 fincas agroturísticas cuyos nombres son: Finca agroturística “El Chaparral” ubicada en el recinto Beldaco, Rancho agroturístico “Vasija de Barro” ubicado en la vía a Mariscal Sucre sector “Las Cataratas”, Quinta agroturística “La Orilla” ubicada en la parroquia Mariscal Sucre, Finca agroturística “Cumandá” ubicada en el km 4,5 de la vía al recinto Barcelona y la Quinta forestal “El Bosque” ubicada en el km 2,5 vía a naranjito sector de la línea férrea.

Uno de los aspectos importantes del agroturismo en Milagro es que en su mayoría de fincas, a excepción de “El Bosque”, su negocio gira en torno a la producción de cacao y sus derivados como chocolate en barra, manteca de cacao, bombones, jugo. Entonces utilizan estos recursos para ofrecer experiencias en la preparación o cosecha de los mismos que lleva a la adquisición de conocimientos y esparcimiento hacia los turistas.

El agroturismo en Milagro se encuentra en crecimiento, las fincas deben trabajar por sus medios para poderse posicionar en el mercado turístico nacional. La administración Municipal por su parte, ha mostrado falencias en su gestión para poder canalizar apoyo principalmente en asuntos como: vías que no están en condiciones adecuadas para llegar a las fincas, planes de capacitación turística, acompañamiento técnico a los propietarios y difusión ante los medios.

Respecto a la compatibilidad del agroturismo en Milagro, Zambrano et al. (2017) manifiestan que el agroturismo es más compatible con el medioambiente que otras formas de hacer turismo, es una oportunidad de ingresos para los agricultores de la zona y los que consideran dicha actividad como una forma más barata para disfrutar de unos días de turismo y contribuye a fortalecer la matriz productiva.

3.2. Análisis comparativo, tendencias y perspectivas

El turismo gastronómico como alternativa económica ha llevado a los propietarios de las fincas agroturísticas de Milagro, a ejecutar en menor o mayor escala acciones que fomentan el turismo gastronómico no solo en la degustación de platos o productos típicos y artesanales, sino también en generar experiencias a los turistas en la participación de la preparación de los alimentos, productos como en este caso mayor predominancia ha tenido el cacao con la elaboración de chocolate y productos derivados.

Milagro, que es una ciudad de gran y pequeña producción cañicultora como otra de sus actividades productivas, también hay una finca utiliza este recurso para generar experiencias en el cultivo, cosecha y preparación de jugo de caña donde los turistas disfrutan también del procesamiento de la caña en trapiche.

Con respecto a las tendencias y perspectivas de los propietarios de las fincas agroturísticas, ellos orientan el desempeño de sus fincas hacia la innovación y constante mejoramiento de los productos y servicios turísticos que les permita tener experiencias óptimas para sus visitantes, teniendo como consecuencia natural el aumento de ingresos económicos. Para ello deberán implementar estrategias en sus fincas para la consecución de dicha perspectiva.

3.3. Presentación de resultados y discusión

En el presente apartado se indican las categorías emergente de la versión de los informantes, las cuales evolucionaron a partir de la teoría presentada por Dilthey citado por Fuster, (2019) quien establece el método fenomenológico como el proceso que permite revelar los significados de las cosas que se encuentran en la conciencia de la persona e interpretarlas por medio de la palabra. Postula también que los textos escritos, las actitudes, acciones y todo tipo de expresión del hombre nos llevan a descubrir los significados.

A continuación, se presenta un resumen a las entrevistas de los informantes clave:

1. Desde su perspectiva, ¿Cuál es la situación actual del agroturismo en Milagro?

En relación con esta pregunta, los propietarios concordaron con que la situación actual del agroturismo en Milagro radica en que la carencia de intervención y la gestión deficiente de las autoridades del municipio como del Ministerio de Turismo, hace que cada finca este prácticamente sola al momento de implementar sus propias estrategias para promocionarse y comercializar sus productos turísticos.

En relación con lo antes expuesto, la propietaria de la finca “La Orilla” pone en manifiesto que *“Milagro es una ciudad que desde hace poco tiempo a la fecha se viene promocionando como destino agroturístico, pero la carente planificación adecuada por parte del Municipio y el Ministerio hace que cada finca tenga que trabajar de manera independiente para poder sobrevivir, podríamos decir que el agroturismo en Milagro está aún creciendo.”*

2. ¿Qué es para usted turismo gastronómico?

Las respuestas de los entrevistados radican en que el turismo gastronómico es la actividad de desplazarse hacia determinado destino donde se puede degustar gastronomía local, también conocer sobre las costumbres y tradiciones culinarias del destino que se visita.

En concordancia con lo expresado, el propietario de la finca “Cumandá” expresa que el turismo gastronómico es “El turismo que permite conocer sobre la preparación de la comida típica de cada lugar que se visita.”

3. ¿Considera que el turismo gastronómico puede ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas agroturísticas de Milagro?

Los entrevistados en esta pregunta manifestaron por unanimidad que el turismo gastronómico si puede ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas, puesto que es necesario estar innovando siempre los productos de las fincas y el turismo gastronómico les brinda esa oportunidad de obtener mejores ingresos, fortaleciendo las experiencias positivas de los turistas.

En relación con lo comentado es necesario resaltar la respuesta de la propietaria del Rancho “Vasija de barro” quien afirma que *“efectivamente es un factor importante a considerar puesto que podemos en las fincas complementar el agroturismo con el turismo gastronómico y así generar impactos positivos en las experiencias de los visitantes”*.

4. ¿Existe una oferta gastronómica en la finca que administra?

Los entrevistados tienen principalmente entre su oferta gastronómica productos derivados del cacao, caña de azúcar, Flor de Jamaica y gastronomía típica de la Costa Ecuatoriana.

En concordancia a lo manifestado, la propietaria de la finca “El Chaparral” expresa: *“Si, la principal oferta gastronómica es a base de productos derivados del cacao como chocolate en barra, bombones, chocolate líquido.”*

El propietario de la Quinta agroturística “El Bosque” también manifiesta: *“Ofrecemos una gran variedad de gastronomía típica ecuatoriana de mar y tierra.”*

5. Desde su perspectiva, ¿Cómo ha sido el desempeño mensual económico durante el primer semestre del 2020 de la finca que usted administra?

Los propietarios de fincas manifestaron que durante el primer trimestre del 2020 hasta marzo 15 sus ingresos eran regulares que permitía cubrir los gastos operacionales de las fincas, dejando excedentes económicos moderados. Luego de la declaratoria de emergencia sanitaria por la COVID 19, es de conocimiento público el decrecimiento de la economía nacional, principalmente en la industria del turismo.

6. ¿Existe algún plan o estrategias de capacitaciones para colaboradores de su finca que se haya implementado?

El común denominador de las respuestas presentó respuestas negativas a la existencia de un plan de capacitaciones al interior de las fincas, pero si manifestaron que se acogen a las iniciativas aisladas propuestas por el Ministerio de Turismo, Municipio de Milagro y la Prefectura del Guayas.

En relación a lo manifestado, la propietaria de la Quinta agroturística “La Orilla” manifiesta que: *“No tenemos un plan propio, pero procuramos asistir a los talleres y charlas organizadas por Ministerio de turismo, Prefectura del Guayas y el Municipio de Milagro.”*

También se puede resaltar lo manifestado por la el propietario de Finca agroturística “Cumandá” que comenta: *“No tenemos un plan propio, pero procuramos asistir a los talleres y charlas organizadas por Ministerio de turismo, Prefectura del Guayas y el Municipio de Milagro.”*

7. ¿Existen y qué iniciativas considera importantes para fomentar la gastronomía en su finca?

Los entrevistados en su mayoría manifestaron que tienen iniciativas y en lo que concuerdan es que procuran fomentar la adquisición de conocimientos y principalmente experiencias en la elaboración de derivados del cacao y caña de azúcar.

En concordancia con lo dicho, la propietaria del rancho “Vasija de Barro” manifiesta lo siguiente: *“1.- Tener las instalaciones pulcras en espacios que son utilizados para el desarrollo de actividades turísticas. 2.- Motivar a que los turistas participen de la cosecha del cacao y preparación del chocolate y demás derivados. 3.- Fomentar en los turistas la realización de acciones que nos permita conservar las tradiciones gastronómicas de la localidad.”*

En sentido opuesto, el propietario de la Quinta Forestal “El Bosque” manifiesta: *“Al momento no tenemos iniciativas para fomentar la gastronomía, pero siempre estamos atentos a las universidades y pasantes para poder generar alguna iniciativa.”*

8. Desde su perspectiva, ¿Considera que las autoridades locales y nacionales han realizado gestiones apropiadas para promover la participación de la finca en negocios turísticos que promuevan la visita de turistas hacia la misma?

Los entrevistados coinciden que las gestiones de las autoridades locales son insuficientes para promover la participación de las fincas en negocios de turismo receptor. 4 de las 5 fincas fueron consideradas por Ferrocarriles del Ecuador para recibir a sus pasajeros mientras la Empresa pública realizó los paseos del Tren de la dulzura.

El propietario de Finca “Cumandá” manifiesta: *“en nuestro caso particular hemos tenido la oportunidad de recibir a los turistas de Ferrocarriles del Ecuador, que fue un gran apoyo de la empresa pública en su momento para que a nuestra finca la vayan conociendo más de otras ciudades.”*

Contrario a lo manifestado por Finca “Cumandá”, el propietario de Quinta forestal “El Bosque” manifiesta: *“No hemos recibido apoyo de las autoridades en ese sentido.”*

9. Desde su perspectiva, ¿Cómo considera usted los niveles de satisfacción de sus visitantes?

Los entrevistados coinciden en haber recibido comentarios buenos y críticas constructivas, cuyo compromiso de las fincas agroturísticas es mejorar los detalles negativos, para que los servicios turísticos y gastronómicos de excelencia a los visitantes.

En relación a lo manifestado, la propietaria de la Finca “El Chaparral” manifiesta: *“desde que empezamos a recibir visitas, he tenido buenos comentarios y la gente se retira con agrado por la experiencia del cacao, el contacto con la naturaleza y el campo que nos permite respirar aire puro”.*

Complementando lo comentado anteriormente, la propietaria de Rancho “Vasija de Barro” expresa: *“Los niveles de satisfacción los hemos percibido como muy buenos, pero también hemos tenido críticas constructivas y fuertes porque siempre estamos proclives a cometer errores que, aunque consideremos pequeños pueden dañar la experiencia de nuestros turistas. De todo esto lo importante es hacer fuertes nuestros aspectos positivos y los negativos solucionarlo a la brevedad posible”.*

10. Desde su perspectiva ¿potencializar su oferta gastronómica le permitirá mejorar la competitividad de su finca?

Los propietarios de las fincas por unanimidad están conscientes que potencializar los servicios gastronómicos les brindará un impulso para el desarrollo óptimo de las fincas agroturísticas.

En relación a lo manifestado, la propietaria de Finca “El Chaparral” manifiesta:

“Totalmente, porque vamos mejorando poco a poco la presentación de nuestros productos, que incluso han salido al exterior recibiendo buenos comentarios por la pureza y sabor del chocolate permitiendo que se dé a conocer los productos de Finca El Chaparral.”

11. ¿Ha realizado correctivos en la finca para mejorar los servicios turísticos?

Los entrevistados manifiestan que han realizado cambios en la infraestructura, servicios turísticos, servicios gastronómicos, porque consideran importante que el constante cambio y mejoramiento permitirá mantener atractivas las fincas para atraer visitas a cada una de ellas.

Fundamentando lo dicho, El propietario de Finca “Cumandá” manifiesta: *“Hemos adecuado espacios verdes, zonas de estar, comedor y ambientes al aire libre donde se puede aprender sobre el cultivo de cacao, caña de azúcar, flor de Jamaica y el proceso de fabricación de chocolate artesanal”.*

12. ¿Qué recomendaciones daría para el desarrollo del turismo gastronómico dentro de las fincas agroturísticas de Milagro?

Los entrevistados manifiestan ideas que comprenden entre asociatividad entre fincas, mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores, mesas de trabajo con autoridades, mejoramiento de vías de acceso al cantón y a las fincas, entre otras.

En relación a lo comentado, la propietaria de la Quinta agroturística “La Orilla” nos indica: *“1.- Mejor coordinación entre autoridades y fincas. 2.- Adecuación de las vías de acceso al cantón y a las fincas agroturísticas. 3.- Mesas de trabajo entre Municipio y sector agroturístico para fortalecer a Milagro como destino agroturístico.”*

3.3.1 Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico aplicado a fincas agroturísticas de Milagro.

El Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico debe involucrar a los actores que son: Fincas agroturísticas de Milagro, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, Prefectura del Guayas, Ministerio de Turismo. Es importante tener en cuenta que el Cantón Milagro ha presentado falencias en su organización turística que han causado desorientación y gestión incompleta en la administración y desempeño de cada una de las fincas.

La presente propuesta señala el diseño de un modelo de gestión de turismo gastronómico compuesto por 3 etapas:

Fase 1. Realizar un diagnóstico de la situación de las fincas agroturísticas de Milagro, considerando las dificultades, recursos, estrategias aplicadas, estructura jerárquica y la planificación ejecutada.

Fase 2. Analizar la gestión interna de las fincas agroturísticas considerando la oferta gastronómica, planificación de productos, estrategias de fomento de turismo gastronómico, rentabilidad de las fincas y actividades que vinculen a las autoridades locales, Ministerio de Turismo y Prefectura del Guayas.

Fase 3. Determinar estrategias para: mejoramiento de los productos turísticos gastronómicos de las fincas, potenciar habilidades en la prestación de los servicios turísticos, vincular la gestión de las fincas agroturísticas con los planes de desarrollo turístico de los entes reguladores del turismo en Milagro y a nivel nacional.



Figura 2. Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico aplicado a fincas agroturísticas del cantón Milagro.

CONCLUSIONES

- La situación actual del agroturismo en Milagro radica en que la carencia de intervención y la gestión deficiente de las autoridades del municipio como del Ministerio de Turismo. Esto ha ocasionado que cada finca este prácticamente sola al momento de implementar con errores y aciertos sus propias estrategias para promocionarse y comercializar sus productos turísticos.
- El turismo gastronómico si puede ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas, puesto que es necesario estar innovando siempre los productos de las fincas y el turismo gastronómico les brinda esa oportunidad de obtener mejores ingresos con una oferta gastronómica competitiva fortaleciendo las experiencias positivas de los turistas.
- Durante el primer semestre del 2020, desde enero hasta marzo 15 los ingresos económicos de las fincas agroturísticas eran regulares que permitía cubrir los gastos operacionales de las fincas, dejando excedentes económicos moderados. Luego de la declaratoria de emergencia sanitaria por la COVID 19, es de conocimiento público el decrecimiento de la economía nacional, viéndose afectada de forma considerable la industria del turismo.
- Las gestiones llevadas a cabo por el Municipio de Milagro, Prefectura del Guayas y Ministerio de Turismo aún son insuficientes para promover la participación de las fincas en negocios de turismo para la recepción de turistas y visitantes.
- Para mejorar la competitividad de las fincas agroturísticas es necesario implementar iniciativas de participación de los turistas en la elaboración de productos gastronómicos in situ, que les permita fortalecer conocimientos,

fortalecer las experiencias positivas de los turistas durante su estancia y fomentar la conservación de las costumbres y tradiciones culinarias de la localidad.

RECOMENDACIONES

- Promover la asociatividad de las fincas agroturísticas para el cruce de información relevante, retroalimentación de experiencias positivas y negativas que colaboren con la competitividad de las mismas y representación de las fincas ante la autoridad turística local y nacional.
- Planificar de manera adecuada, honesta y profesional los productos para que los turistas adquieran los productos gastronómicos y agroturísticos íntegros y sin falencias.
- Revisar y realizar mantenimiento de las vías de acceso a las fincas agroturísticas.
- Promover mesas de trabajo y ruedas de negocios para lograr el impulso que necesita Milagro como destino agroturístico.
- Mejorar en la medida de lo posible las condiciones laborales de los colaboradores de las fincas agroturísticas porque son de vital importancia para ofrecer y realizar de nuestros servicios turísticos y gastronómicos una gran experiencia para los turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirregoitia Martínez, Ainhoa, and M^a D. Fernández Poyatos. 2019. "La Simplicidad Como Proceso Creativo Culinario : ¿ Una Tendencia Para El Turismo Gastronómico En España ?" 17:875–88.
- Banco de España. 2020. "Escenarios Macroeconómicos de Referencia Para La Economía Española Tras El Covid-19." *ARTÍCULOS ANALÍTICOS Boletín Económico* 2:33.
- Barrera, Ernesto, and -Olivia Bringas Alvarado. 2008. "Las Rutas Alimentarias: Una Arquitectura Turística Basada En La Identidad de Los Alimentos." *Gastronomic Sciences*.
- Barroso González, María, and David Flores Ruiz. 2006. "La Competitividad Internacional De Los Destinos Turísticos: Del Enfoque Macroeconómico Al Enfoque Estratégico." *Cuadernos de Turismo* 0(17):7–24.
- Blázquez, Jesus. 2012. "IMPACTOS, RIESGOS Y LIMITACIONES DE LOS MODELOS TURÍSTICOS CONVENCIONALES: NIVEL MACRO-SOCIOECONÓMICO, NIVEL MICRO-SOCIOECONÓMICO, MEDIOAMBIENTAL Y SOCIOCULTURAL." Pp. 43–64 in *TURISMO RESPONSABLE, SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO LOCAL COMUNITARIO*.
- Bustillos, Diana. 2018. "Propuesta de Un Modelo de Gestión Empresarial Para Las Asociaciones de Limpieza de La Economía Popular y Solidaria Que Son Proveedoras Del Estado Del Cantón Quito."
- Campos Freire, Francisco. 2010. "Los Nuevos Modelos de Gestión de Las Empresas Mediáticas." *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico* 16:13–30.
- Carvache, Mauricio, Wilmer Carvache, and Mónica Torres. 2017. "Análisis de Satisfacción: La Gastronomía de Samborondón - Ecuador." *Estudios y Perspectivas En Turismo* 26(3):731–45.
- Clemente, Jose, Bernat Roig, Sara Valencia, Ma. Teresa Rabadán, and Cristina Martinez. 2008. "Actitud Hacia La Gastronomía Local de Los Turistas : Dimensiones y Segmentación de Mercado." *PASOS. Revista de Turismo y*

- Patrimonio Cultural*. 6:189–98.
- Coronado, F., C. Méndez, W. Ríos, and D. Pauta. n.d. “Diagnóstico Del Sistema Turístico Del Cantón Milagro y Determinación de Estrategias Para Su Desarrollo Turístico.”
- Cruz, Erika, and Judith Alejandra Velázquez. 2020. “Las Tendencias Del Desarrollo Turístico: Entre El Fortalecimiento Del Sector Privado y El Desarrollo Del Turismo Comunitario En El Estado de Hidalgo.” *Intersticios Sociales* (19):165–89.
- Cuevas, María, Marcos Pérez, and Enrique Pecero. 2018. “PRESERVACIÓN DE LA HERENCIA CULTURAL A TRAVÉS DEL TURISMO GASTRONÓMICO.” 177–89.
- Dieckow, Liliana. 2010. *Turismo. Un Abordaje Micro y Macro Económico*.
- Dorta, Daniel, and Hugo Padrón. 2019. “LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO GASTRONÓMICO COMO FACTOR INNOVADOR EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.” Pp. 317–22 in.
- Espeitx, Elena. 2004. “Patrimonio Alimentario y Turismo : Una Relación Singular.” 2:193–213.
- Fernández, Ramón Martín. 2006. “El Comercio Internacional Del Turismo En Condiciones de Oligopolio. El Caso de Cuba.” Universidad de la Habana, Cuba.
- Flavián, Carlos, and Carmina Fandos. 2011. “Turismo Gastronómico: Estrategias de Marketing y Experiencias de Éxito.” (January):222.
- Fuster, Doris. 2019. “Investigación Cualitativa: Método Fenomenológico Hermenéutico.” *Propósitos y Representaciones* 7(1):201–29.
- GAD Milagro. 2018. *Oficio Nro. GADMM-DDET-2018-159-0*. Milagro.
- García, Raquel, Olga Martínez, and Pedro Aceituno. 2020. “Impacto Del COVID En El PIB Turístico. Análisis de La Situación y Propuestas de Recuperación Del Turismo Español.” Pp. 319–29 in *Turismo pos-COVID-19*. La Laguna, España: Universidad de La Laguna.
- García Reinoso, Nelson. 2017. “Modelo de Gestión Para Fomentar El Desarrollo Turístico de Las Comunidades Manabitas, Ecuador.” *CULTUR: Revista de*

- Cultura e Turismo* 11(2):81–108.
- Gonçalves, Renata, Marcelo Matos de Sá, Ana Claudia Machado, and Marcelino De Souza. 2020. "El Movimiento Slow Food En El Contexto Del Turismo Enogastronómico. El Caso de La Serra Gaúcha (RS, Brasil)." *Estudios y Perspectivas En Turismo* 29(2):369–89.
- Hernández Martín, Raúl. 2014. "Impacto Económico Del Turismo. El Papel de Las Importaciones Como Fugas Del Modelo." (June).
- Hernandez Sampieri, Roberto, Carlos Fernandez Collado, and Maria del Pilar Baptista Lucio. 2014. *Metodología de La Investigación*.
- Hiernaux, D. 2002. "¿Cómo Definir El Turismo? Un Repaso Disciplinario." *Aportes y Transferencias*.
- Van Hoof, Hubert, Ana Cueva, Leonardo Torres León, and María Isabel Eljuri. 2014. "Percepciones Del Sector Empresarial Sobre La Educación de Hotelería, Gastronomía y Turismo En El Ecuador."
- López-Guzmán, Tomás, and María Jesús. 2011. "TURISMO, CULTURA Y GASTRONOMÍA. UNA APROXIMACIÓN A LAS RUTAS CULINARIAS."
- Magri, Gabriela. 2020. "La Sostenibilidad Sociocultural Del Turismo Gastronómico En La Ciudad de Uribelarra . Una Primera Aproximación (2017-2018)." Universidad Nacional de Quilmes.
- Martín Fernández, Ramón. 2008. "Los Modelos Turísticos y Los Determinantes Principales de Los Flujos Turísticos Internacionales." 30.
- Mateo, Ignacio Efraín, Harry Vite, and Héctor Carvajal. 2020. "Agroturismo Como Alternativa Para El Desarrollo Socioeconómico de La Parroquia Río Bonito." *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas* 3(1):138–44.
- Mazaro, Rosana Mara. 2006. "Competitividad de Destinos Turísticos y Sostenibilidad Estratégica. Proposición de Un Modelo de Evaluación de Factores y Condiciones Determinantes." Universitat de Barcelona.
- Mazaro, Rosana Mara. 2007. "La Sustentable Levedad Del Visitar : Modelo de Evaluación de Competitividad y Sostenibilidad Estratégica de Destinos Turísticos."
- Melgar, Salvador. 2013. "La Gastronomía En El Sistema Turístico. Buscando

- Nuevos Productos, Mejorando Destinos. El Caso de La Isla de Fuerteventura.” 483–94.
- Monterrubio Cordero, Juan Carlos. 2009. “Comunidad Receptora: Elemento Esencial En La Gestión Turística.” 101–11.
- Nieto, Marcelo. 2020. “EL TURISMO RURAL ENFOCADO AL ADULTO MAYOR EN UNA PARROQUIA DEL CANTÓN QUITO, ECUADOR.” *Qualitas Revista Científica* 19:1–14.
- OMT. 2003. *El Turismo Rural En Las Américas y Su Contribución a La Creación de Empleo y a La Conservación Del Patrimonio Rural Tourism in the Americas and Its Contribution to Job Creation.*
- Ordoñez, Elsa, Andrea Fierro, Felipe Rivadeneira, and Lineth Fernández. 2020. “La Gastronomía Como Factor Insustituible En La Promoción Turística de Un Destino.” *ConcienciaDigital* 3(2.1):64–79.
- Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. 2019. *Guía Para El Desarrollo Del Turismo Gastronómico.*
- Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos. 2018. *El Turismo y Los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas Prácticas En Las Américas.* Madrid.
- Ortega, Germán, Enrique Navarro, Alfonso Cerezo, and Enrique Torres. 2020. “Turismo Poscoronavirus, ¿una Oportunidad Para El Poscrecimiento?” (July).
- Peralta, Enrique. 2016. “Teoría General de Los Sistemas Aplicada a Modelos de Gestión.” *Aglala* 7(1):122–46.
- Peralta, J. M., and S. LI. 2017. “Agroturismo: Una Actividad Que Pone En Valor El Trabajo de Las Comunidades Rurales.” *Estación Experimental Agroforestal Esquel* 10(1):45–46.
- Pérez, L. F., and R. González. 2013. “PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.” *TuryDes* 6:15.
- Quinatoa, Ángel. 2020. “Modelo de Gestión Para El Complejo Turístico Lago Las Cochis de La Parroquia Guanujo.” Universidad Israel.
- Ríos, María, and Narcisa Ullauri. 2015. “Historia Del Agroturismo En El Cantón

- Cuenca Ecuador.” 13:1199–1212.
- Rodríguez, Andrés, and Alipio Pérez. 2017. “Métodos Científicos de Indagación y de Construcción Del Conocimiento.” *Revista EAN* (82):179–200.
- Sangucho, Jahaira, and Angélica Ruiz. 2020. “Modelo de Gestión Para Mejorar El Producto Turístico En El Sector Hotelero de La Parroquia Crucita.” 5(03):640–70.
- Schlüter, R., and D. Thiel Ellul. 2009. “Gastronomía y Turismo En Argentina. Polo Gastronómico Tomás Jofré.” *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7(3):249.
- Schmal, Rodolfo Schmal, and Andrés Ruiz-Tagle. 2009. “Un Modelo Para La Gestión de Una Escuela Universitaria Orientada a La Formación Basada En Competencias.” *Cuadernos de Administracion* 22(39):287–305.
- Solís, Elisa, and José Camúñez. 2019. “El Agroturismo: Una Oportunidad Para El Desarrollo Sostenible Del Sector Agrario En La Provincia de Los Ríos, Ecuador.” P. 160 in *THE IMAGE AND SUSTAINABILITY OF TOURISM DESTINATIONS. PROCEEDINGS BOOK*. Funchal, Portugal.
- Soriano, Margarita. 2017. “Agroturismo: Análisis Comercial Del Mercado.”
- Tapia, Gina, and Benito Arteaga. 2020. “Evaluación de La Calidad Percibida Del Servicio Por Los Consumidores En Los Restaurantes de La Ciudad.” *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*. 4:176–95.
- Templado, Marta, and Rosa Lucarelli. 2020. “El Agroturismo En La Educación.” Pp. 71–96 in *Perspectivas españolas en la educación: Mejores prácticas para el siglo XXI.*, edited by O. von Feigenblatt and B. Peña - Acuña. Miami, Florida.
- Tobar, Federico. 2002. “Modelos de Gestión En Salud.” *L" Information Dentaire* 63(12).
- UNTWO. 2012. “Global Report on Food Tourism.”
- Vacas San Miguel, Teresa. 2017. “Hacia Un Turismo Gastronómico Sostenible En Segovia. Propuesta Comunicativa Para Avanzar En La Gobernanza y Nuevos Productos Turísticos.”
- Vera, Adriana, and Ana Beatriz Blanco. 2019. “Modelo Para La Gestión Del

Talento Humano En Las Pymes Del Sector Servicios de Barranquilla, Colombia.” *Innovar* 29(74):25–44.

Zambrano, Jael, Rigoberto Zambrano, Dolores Mielles, and Jesmy Castelo. 2017.

“Las Haciendas Agro-Turísticas Como Medio de Desarrollo Del Turismo Rural En El Cantón Milagro, Ecuador.” *Unemi, Revista Ciencia* 10:103–10.

Zambrano, Joamely. 2014. “PROPUESTA PARA LA REACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA QUINTA FORESTAL ‘EL BOSQUE’ DEL CANTÓN MILAGRO PARA INCENTIVAR EL TURISMO RECREACIONAL Y FAMILIAR.”

ANEXOS

Formato de entrevista para propietarios o representantes de las fincas agroturísticas del cantón Milagro.

Fecha:

Lugar: Milagro

Entrevistador: Ángel Freire Díaz.

Datos del entrevistado

Nombres:

Sexo:

Nombre de la finca de su propiedad o representación: Finca

Desde su perspectiva, ¿Cuál es la situación actual del agroturismo en Milagro?

¿Qué es para usted turismo gastronómico?

¿Considera que el turismo gastronómico puede ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas agroturísticas de Milagro?

¿Existe una oferta gastronómica en la finca que administra?

Desde su perspectiva, ¿Cómo ha sido el desempeño mensual económico durante el primer semestre del 2020 de la finca que usted administra?

¿Existe algún plan o estrategias de capacitaciones para colaboradores de su finca que se haya implementado?

¿Existen y qué iniciativas considera importantes para fomentar la gastronomía en su finca?

Desde su perspectiva, ¿Considera que las autoridades locales y nacionales han realizado gestiones apropiadas para promover la participación de la finca en negocios turísticos que promuevan la visita de turistas hacia la misma?

Desde su perspectiva, ¿Cómo considera usted los niveles de satisfacción de sus visitantes?

Desde su perspectiva ¿potencializar su oferta gastronómica le permitirá mejorar la competitividad de su finca?

¿Ha realizado correctivos en la finca para mejorar los servicios turísticos?

¿Qué recomendaciones daría para el desarrollo del turismo gastronómico dentro de las fincas agroturísticas de Milagro?