



Universidad de Los Andes
Núcleo Universitario "Rafael Rangel"



Centro de Investigación para el Desarrollo Integral Sustentable
Maestría en Desarrollo Regional
Trujillo Estado Trujillo

**PLAN PARA PROMOCIÓN DEL AGROECOTURISMO CON
EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL EN LA POBLACIÓN
DE NIQUITAO, PARROQUIA MONSEÑOR JÁUREGUI DEL
MUNICIPIO BOCONÓ, ESTADO TRUJILLO, VENEZUELA.**

AUTOR: Lcdo. Víctor Quevedo

Trujillo, Junio 2012

Universidad de Los Andes
Núcleo Universitario "Rafael Rangel"
Centro de Investigación para el Desarrollo Integral Sustentable
Maestría en Desarrollo Regional
Trujillo Estado Trujillo

**PLAN PARA PROMOCIÓN DEL AGROECOTURISMO CON
EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL EN LA POBLACIÓN
DE NIQUITAO, PARROQUIA MONSEÑOR JÁUREGUI DEL
MUNICIPIO BOCONÓ, ESTADO TRUJILLO, VENEZUELA.**

www.bdigital.ula.ve

Realizado por:

Lcdo. Víctor Quevedo

Trabajo Especial de Grado, presentado a la Ilustre Universidad de Los Andes como requisito parcial para optar al Título de **Magíster Scientiae** en Desarrollo Regional.

Dr. PhD. Benito Díaz

TUTOR



Trujillo, Junio 2012



DEDICATORIA

A Dios y María Santísima por ser mis guías en el camino de la vida y darme oportunidad para alcanzar el éxito.

A mi padre Urbano quien desde el cielo comparte conmigo la alegría de este logro sé que donde te encuentres me guiaras y me bendecirás.

A mi madre Aura que con sus sabios consejos me da apoyo y estímulo en todo momento.

A mis hermanas Yanitza y Viviana siempre me han brindado ayuda espiritual.

A mi Esposa Mairé, fiel compañera gracias por tu confianza y apoyo incondicional en todo momento.

A mis hijos Víctor Miguel y Alaymar Victoria, mis valiosos tesoros, inspiradores de mi lucha a quienes les ofrendo este éxito.

A la Familia Segovia Terán, quienes me brindan su apoyo en todo lo que me propongo.

A mis primas Andreina, Adriana y Andayli, que el logro de esta pequeña meta les sirva de estímulo para su carrera profesional.

A todos..... mil bendiciones.

Víctor José

AGRADECIMIENTO

A Dios y María Santísima

A mis profesores de la Maestría en Desarrollo Regional por sus enseñanzas.

Al Ing. Hernán Contreras Manfredi (Q.E.P.D) por su calidad humana

Al Dr. Benito Díaz, por sus consejos, dedicación y paciencia.

A Ysabel Cadenas y Francisco Rondón, por su amistad, ejemplo de superación y constancia.

A mis compañeros de clase por las alegrías y vicisitudes en la formación.

A quienes amable y desinteresadamente dedicaron parte de su valioso tiempo para aconsejarme y guiarme durante la realización de este trabajo:

A la Licenciada Cecilia Vargas y al Msc. Economista. Leonardo Argüello por estimularme al logro de esta etapa de formación...

A quienes de una u otra forma me alientan a seguir adelante.

A todos... **muchas gracias**

Víctor José

INDICE GENERAL

	Pág.
ACTA VEREDICTO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE GENERAL	v
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	5
Planteamiento del problema	5
Objetivos de la Investigación	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Justificación de la Investigación	11
Delimitación de la Investigación	13
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	14
Caracterización de la parroquia	14
Reseña histórica de Niquitao	16

	Pág.
Antecedentes de la investigación	21
Bases teóricas	24
Turismo	24
Turismo Rural	26
Agroturismo	27
Ecoturismo	28
Turismo cultural	28
Turismo aventura	29
Turismo técnico científico	29
Turismo salud	30
Turismo étnico	30
Turismo religioso	30
Turismo venezolano	31
Patrimonio turístico de Niquitao	32
Economía social	34
Características de la economía social	37
Economía social en Venezuela	38
Diagnóstico participativo	38
Aspectos del diagnóstico	40
Análisis FODA	40
Sistematización de las variables	44
Bases legales	47

	Pág.
Definición de términos básicos	48

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO	50
Tipo de Investigación	50
Metodología Establecida para la Fase de Detección de la problemática	51
Fase 1. Diagnóstico Participativo Comunitario	51
Resultado del Diagnóstico	51
Recolección de la información sobre el problema seleccionado	54
Fase de elaboración de la propuesta	58

CAPITULO IV

RESULTADOS OBTENIDOS	60
Análisis e interpretación de los datos	61
Conclusiones del Diagnóstico del Turismo en Niquitao	108

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
Conclusiones	111
Recomendaciones	112

	Pág.
CAPITULO VI	
VI FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA	113
Finalidad de la propuesta	113
Objetivo general de la propuesta	113
Objetivos específicos de la propuesta	113
Visión de la propuesta	118
Misión de la propuesta	118
Plan de acción para implementación de la propuesta	119
Estudio de factibilidad de la propuesta	121
Factibilidad técnica	121
Factibilidad operativa	121
Factibilidad política	121
Factibilidad económica	122
Factibilidad social	122
Síntesis de la propuesta	123
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126
ANEXOS	132
A: Instrumento 1	132
B: Instrumento 2	136
C: Instrumento 3	140

	Pág.
D: Instrumento de validez en contenido del cuestionario	142
E: Convocatoria a la jornada de capacitación comunal	147
F: Tríptico de divulgación e incentivo al trabajo comunal	148
G: Asistencias de participantes a jornada ejecutada	150
H: Certificado de asistencia en jornada de capacitación comunal	153
I: Referencias fotográficas	154

ÍNDICE DE TABLAS

Sistematización de las variables	46
----------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Mapa de Localización Estado del Área de Estudio	15
Figura N° 2: Mapa de Localización Municipio del Área de Estudio	15
Figura N° 3: Mapa de Localización de la Parroquia en Estudio	16

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Votación de los Problemas	53
Cuadro N° 2: Sitios Interesantes	60
Cuadro N° 3: Hospedaje y comida criolla	61

	Pág.
Cuadro N° 4: Vías de Comunicación	63
Cuadro N° 5: Razones para visitar	64
Cuadro N° 6: Siembras Interesantes	65
Cuadro N° 7: Traer turistas	66
Cuadro N° 8: Interés en Infraestructura	67
Cuadro N° 9: Impedimentos	69
Cuadro N° 10: Asesoría gubernamental	70
Cuadro N° 11: Pueblos cercanos	72
Cuadro N° 12: Dotación de hospedajes	73
Cuadro N° 13: Forma de Pago	74
Cuadro N° 14: Cooperativas registradas	75
Cuadro N° 15: Concepto de agro turismo	76
Cuadro N° 16: Concepto de ecoturismo	77
Cuadro N° 17: Dictado de Charlas	78
Cuadro N° 18: Talleres de capacitación	80
Cuadro N° 19: Boletines informativos	81
Cuadro N° 20: Cursos sobre promoción del turismo.	82
Cuadro N° 21: Entrenamiento para la promoción	83
Cuadro N° 22: Promoción de costumbres	85
Cuadro N° 23: Periodicidad de Promoción	86
Cuadro N° 24: Oferta turística	88

	Pág.
Cuadro N° 25: Ajuste de la oferta	89
Cuadro N° 26: Subsidio a la promoción	91
Cuadro N° 27: Apoyo crediticio	92
Cuadro N° 28: Estadísticos de R1	94
Cuadro N° 29: Estadísticos de R2	95
Cuadro N° 30: Estadísticos de R3	96
Cuadro N° 31: Estadísticos de R4	97
Cuadro N° 32: Estadísticos de R5	98
Cuadro N° 33: Estadísticos de R6	99
Cuadro N° 34: Estadísticos de R7	100
Cuadro N° 35: Estadísticos de R8	102
Cuadro N° 36: Estadísticos de R9	103
Cuadro N° 37: Estadísticos de R10	104
Cuadro N° 38: Estadísticos de R11	106
Cuadro N° 39: Estadísticos de R12	107
Cuadro N° 40: Matriz de análisis del Turismo en Niquitao	110
Cuadro N° 41: Matriz de Análisis FA	114
Cuadro N° 42: Matriz de Análisis FO	115
Cuadro N° 43: Matriz de Análisis DA	116
Cuadro N° 44: Matriz de Análisis DO	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1: Diagrama de Pareto para jerarquizar problemáticas	53
Gráfico N° 2: Sitios Interesantes	60
Gráfico N° 3: Hospedaje y comida criolla	62
Gráfico N° 4: Vías de Comunicación	63
Gráfico N° 5: Razones para visitar	64
Gráfico N° 6: Siembras Interesantes	66
Gráfico N° 7: Traer turistas	67
Gráfico N° 8: Interés en Infraestructura	68
Gráfico N° 9: Impedimentos	69
Gráfico N° 10: Asesoría gubernamental	71
Gráfico N° 11: Pueblos cercanos	72
Gráfico N° 12: Dotación de hospedajes	73
Gráfico N° 13: Forma de Pago	74
Gráfico N° 14: Cooperativas registradas	75
Gráfico N° 15: Concepto de agro turismo	76
Gráfico N° 16: Concepto de ecoturismo	77
Gráfico N° 17: Dictado de Charlas	79
Gráfico N° 18: Talleres de capacitación	80
Gráfico N° 19: Boletines informativos	81
Gráfico N° 20: Cursos sobre promoción del turismo	82

	Pág.
Gráfico N° 21: Entrenamiento para la promoción	84
Gráfico N° 22: Promoción de costumbres	85
Gráfico N° 23: Periodicidad de Promoción	87
Gráfico N° 24: Oferta turística	88
Gráfico N° 25: Ajuste de la oferta	90
Gráfico N° 26: Subsidio a la promoción	91
Gráfico N° 27: Apoyo crediticio	93
Gráfico N° 28: Estadísticos de R1	94
Gráfico N° 29: Estadísticos de R2	95
Gráfico N° 30: Estadísticos de R3	96
Gráfico N° 31: Estadísticos de R4	97
Gráfico N° 32: Estadísticos de R5	98
Gráfico N° 33: Estadísticos de R6	99
Gráfico N° 34: Estadísticos de R7	101
Gráfico N° 35: Estadísticos de R8	102
Gráfico N° 36: Estadísticos de R9	104
Gráfico N° 37: Estadísticos de R10	105
Gráfico N° 38: Estadísticos de R11	106
Gráfico N° 39: Estadísticos de R12	107

Plan para promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en la población de Niquitao, parroquia Monseñor Jáureguí, municipio Boconó, Estado Trujillo, Venezuela Universidad de Los Andes. Núcleo Universitario "Rafael Rangel. Trabajo Especial de Grado para optar al título de Magister Scientiarum en Desarrollo Regional. Trujillo, 2012.
Autor: Lic. QUEVEDO ZÁRATE, Víctor José. Tutor: PhD. DÍAZ, Benito.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general proponer un plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en la población de Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo, Venezuela. La población objeto de estudio estuvo conformada por tres subconjuntos, el primero integrado por 1901 habitantes de Niquitao considerados como posibles promotores del agroecoturismo; el segundo conformado por los 81 funcionarios de las dependencias oficiales con competencia en el turismo de Niquitao, el tercer subconjunto fue el integrado por los turistas y visitantes durante la temporada de Semana Santa del 2012. Las muestras representativas de la población estuvieron constituidas por 95 posibles promotores, 45 funcionarios y los 30 turistas accesibles para ser consultados. Como técnica de investigación se utilizó la encuesta y se aplicaron cuestionarios estructurados para conocer su opinión sobre el turismo de Niquitao, su promoción, la infraestructura y la calidad de servicios prestados. Como resultado del diagnóstico participativo, se elaboró la Matriz FODA y se plantearon las matrices de decisión o mapas estratégicos. Con estos insumos se diseñó el plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao. Algunas recomendaciones correspondientes fueron formuladas.

Palabras claves: Turismo, agroecoturismo, planificación, economía social.

Plan for promoting agroecotourism with social economy enterprises in the population of Niquitao, parish Monsignor Jauregui, municipality Boconó Trujillo State, Venezuela Universidad de Los Andes. Nucleo Universitario "Rafael Rangel. Degree thesis to obtain the title of Master in Regional Development Scientiarum. Trujillo, 2012.
Author: Mr. QUEVEDO ZÁRATE, Victor Jose. Tutor: PhD. DIAZ, Benito.

ABSTRACT

This study aimed to propose an overall plan for the promotion of agroecotourism with social economy enterprises in the population of Niquitao, municipality Boconó, Trujillo state, Venezuela. The study population consisted of three subsets, the first consisting of 1901 inhabitants of Niquitao considered as potential promoters agroecotourism, the second consisting of the 81 officials of government departments with responsibility for tourism Niquitao, the third subset was composed of tourists and visitors during the Easter season of 2012. The samples were representative of the population consisting of 95 potential promoters, 45 officers and 30 tourists accessible for viewing. As a research technique used the survey and structured questionnaires were applied for comment on Niquitao tourism, promotion, infrastructure and quality of services provided. As a result of the participatory assessment, SWOT Matrix was developed and raised arrays decision or strategy maps. These inputs are designed the plan for the promotion of agroecotourism with social economy enterprises in Niquitao. Some recommendations were made for.

Keywords: Tourism, agro-ecotourism, planning, social economy.

INTRODUCCIÓN

La satisfacción efectiva de las necesidades de los pueblos exige amalgamar todos los esfuerzos para lograr transformaciones o crear nuevos sistemas productores de bienes y servicios con el fin de generar beneficios disponibles para alcanzar mejores niveles de vida. Sin embargo, esas evoluciones no serán eficientes al no hacer un uso responsable de los recursos disponibles y poder así garantizar tenerlos durante un mayor tiempo, en el cual se desarrollarán las futuras generaciones llamadas a garantizar la conservación de los rasgos culturales autóctonos característicos de su idiosincrasia.

En este orden de ideas, el proceso de socialización e innovación de los sistemas generadores de beneficios, debe ajustarse a un modelo integrador, inclusivo de actividades en uno o varios de los sectores económicos, entre ellos el sector de prestación de servicios, particularmente el desarrollo de actividades dedicadas a satisfacer los requerimientos de descanso, solaz y esparcimiento, en una adecuada inversión de los tiempos destinados al ocio, preferiblemente en acciones permisivas de la interiorización de saberes y conocimientos propios de regiones autóctonas, con los cuales se enriquece el producto de las mezclas culturales existentes en el siglo XXI; y por lo demás, dichas acciones satisfacen las necesidades por conocer y disfrutar, debidas a los anhelos de viajeros buscadores de aventuras enmarcadas dentro de la actividad conceptuada como turismo.

Al respecto, es propicio acotar como, las diversificaciones en cuanto a actividades generadores de recursos para la mejora continua de la calidad de vida de los pueblos, ha llevado a considerar con carácter constitucional, como en el caso de Venezuela, formas de participación en el sistema económico nacional, tal como lo expresa el Artículo 310 de la carta magna en

el cual se cataloga el turismo como una actividad económica de interés nacional, de carácter prioritario para la diversificación y desarrollo sustentable y responsabiliza al Estado en garantizar su desarrollo y fortalecimiento como industria nacional.

Adicionalmente, en el Artículo 308 se especifica la obligación del Estado en la promoción y protección de empresas de economía social, garantizando la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno de las mismas. Dichas empresas se sustentan en la participación solidaria de la población, entendida esta según Sánchez (2000: 34) como la forma de “intervenir en la toma de decisiones tendentes a planificar, gestionar y controlar el uso de los recursos”; o también, tomar parte en las decisiones de instituciones, programas y acciones que afectan los intereses de los individuos que participan.

Es decir la participación es una condición necesaria para proporcionar legitimidad a los sistemas políticos y gobiernos, ya que por medio del compromiso del individuo en actividades colectivas, y su efecto en la construcción de redes de confianza recíproca, las cuales no sólo tienen impacto en la comunidad donde el sujeto reside, sino que pueden impactar en la sociedad como un todo, se fundan virtudes cívicas y por esta vía se posibilita, el fortalecimiento de la democracia.

Al respecto, según Da Ros (2005: 65), las cooperativas constituyen instrumentos de participación ciudadana, toda vez que en ellas se reúnen un grupo de personas las cuales padecen los mismos problemas, tienen las mismas inquietudes o intereses, y quieren de forma colectiva encontrar soluciones, aprovechando “las iniciativas de unos, las prudencias de otros y las opiniones de todos”. Ahora bien, para que exista participación es necesaria la capacitación, la formación de los miembros de la cooperativa, lo que permitirá que “asuman sus responsabilidades y puedan dar lugar a un

ejercicio democrático del poder. Es decir, sin una formación profunda y continua no hay avance y progreso en el proceso participativo de la comunidad, pues la carencia de formación origina limitaciones a la hora de tomar decisiones y rechazo a ocupar cargos de responsabilidad en la organización”

Consecuentemente, la falta de formación suele conllevar a estilos de gerencia conservadores o poco dinámicos que impiden que la cooperativa sea competitiva en el mercado; asimismo, es a través de la formación y capacitación que este tipo de organizaciones tiene la posibilidad de formar líderes y reforzar el trabajo en equipo, incentivando las relaciones interpersonales, la autoestima y la identidad cooperativa (Da Ros, 2005: 66).

Vistas las cosas de esta manera y dada la inquietud de los habitantes de algunas zonas rurales, como en el caso específico de Niquitao, parroquia Monseñor. Jáuregui del municipio Boconó, estado Trujillo, donde existen atributos tanto naturales, paisajísticas, históricas, culturales, junto a la diversidad de cultivos y forma de explotación de los sistemas agrícolas, los cuales constituyen potencialidades turísticas, se realizó el presente trabajo de investigación bajo la modalidad de proyecto factible con la finalidad de mejorar la actual situación de la promoción del agro ecoturismo con las empresas de economía social existentes en la localidad.

Al respecto, se incluye a continuación la información del trabajo realizado, configurada en seis capítulos; a saber: en el Capítulo I, se presenta lo referente al Planteamiento del problema, Objetivos, Justificación y Delimitación de la investigación. Seguidamente en el Capítulo II, se incluye la Caracterización, Reseña histórica y Antecedentes de la parroquia, Bases teóricas referidas al turismo y sus Diferentes modalidades, Patrimonio turístico, Economía social y sus características, además la Economía Social en Venezuela, Diagnostico Participativo y sus aspectos, Análisis FODA,

Sistematización de las variables, Las bases legales que sustentan la investigación y por ultimo Definición de términos básicos.

Luego en el Capítulo III, se tiene Tipo de estudio, Metodología establecida para la detección del problema, Diagnostico participativo comunitario así como el resultado del diagnostico, Recolección de la información del problema seleccionado y Fase de elaboración de la propuesta. En el Capítulo IV tenemos: Análisis de los resultados obtenidos con las encuestas aplicadas. El Capítulo V hallaremos las Conclusiones y Recomendaciones.

Y finalmente en el Capítulo VI encontraremos la Formulación de la propuesta con su finalidad, Objetivos, Visión y Misión, Factibilidad y Síntesis de la misma.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Barrera (2006), sostiene que para la Organización Mundial del Turismo (OMT), la práctica de éste comprende las actividades realizadas y/u observadas por las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. A lo cual agrega Quesada (2005), que en el caso del turismo se necesita disponer de recursos motivadores y generadores de desplazamientos de turistas y visitantes hacia el lugar, para realizar actividades propias de las características del destino y su equipamiento.

En ese sentido, esos atractivos propiciadores del turismo, conforman el patrimonio de un destino turístico, siendo en conjunto los bienes caracterizadores de la identidad local, como producto de su historia y a través de los cuales ésta se reconoce; incluyendo manifestaciones de la naturaleza, cultura, arquitectura, urbanismo, gastronomía, costumbres, bailes populares, entre otros. Además de, poseer un potencial paisajístico y/o de formas de afrontar la cotidianeidad propias de una idiosincrasia diferencial y atractiva a los foráneos; pudiéndose presentar dichos atributos como espejos de los destinos, al ofertar los productos turísticos.

En consecuencia, un desarrollo adecuado de las actividades propias del turismo, como fuente generadora de bienestar y mejor calidad de vida de los miembros de la comunidad, permite revalorizar el patrimonio turístico, mejorando la calidad de vida de los habitantes del sitio de destino ya sea perteneciente a entorno urbano o rural. El turismo rural incluye todas aquellas actividades posibles de desarrollar en el espacio diferente al ciudadano o urbano, ello se traduce en una oferta integrada de ocio, dirigida a una

demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono, además de entablar una interrelación con la sociedad local.

Vale considerar que, uno de los objetivos más importantes de este tipo de emprendimientos es incrementar los ingresos provenientes de la actividad propia del campo, contribuyendo a la renta agropecuaria y al empleo principalmente en zonas deprimidas. En razón a lo expuesto, es propicio referirse a la existencia de otras tipologías vinculadas con el turismo rural, entre ellas ecoturismo y agroturismo; bajo esta perspectiva conceptual, Crosby y Moreda (2005) se refieren al Ecoturismo como aquella modalidad de esparcimiento y disfrute del tiempo de ocio, de forma responsable con el ambiente, minimizando la agresión al entorno, mientras se disfrutan, aprecian y/o estudian los atractivos naturales y cualquier manifestación cultural en el contexto; promoviendo la conservación y procurando involucrar de forma ecológicamente activa al turista con el ámbito de esparcimiento.

Adicionalmente, Barrera (2006) hace referencia a la Organización Mundial de Turismo, en cuanto ella define al Agroturismo, como la actividad turística realizada en predios o sistemas productivos agrarios (granjas o plantaciones), con la cual se complementan los ingresos de pequeños agricultores prestadores de algunos servicios, por lo general alojamiento, comida y oportunidades de familiarización con los trabajos agropecuarios desarrollados en sus propiedades.

Por cierto, la evolución hacia un nuevo paradigma más integral, eco-sustentable y evolutivo, buscador del bienestar consecuente con la importancia de la relación hombre-ambiente en vez de pretender ganancias materiales; ha originado la fusión de los modelos de ecoturismo y agroturismo en un novel prototipo identificado como agroecoturismo, cuya definición semántica no está lingüísticamente definida en forma clara; pero,

cuyo concepto integra la ecología sustentable y la interacción del individuo conformador de sistemas productivos rurales de desarrollo endógeno.

Vale señalar, el tratamiento de carácter constitucional dado al turismo como actividad económica de interés nacional, considerada prioritaria, particularmente en la República Bolivariana de Venezuela, en función de su estrategia en cuanto a diversificación y desarrollo sustentable; acorde con los fundamentos del régimen socioeconómico previsto en la Constitución Nacional (1999), según el cual se responsabiliza al Estado de garantizar la creación, progreso y fortalecimiento del sector turístico nacional. (Art. 310) a través del Ministerio del Poder Popular para el Turismo como órgano rector con competencia nacional.

La consideración hecha en el párrafo anterior, demanda del Estado la prestación de una máxima atención al patrimonio cultural, ya sea éste tangible o intangible, pero en cualquier caso, a nivel nacional, es objeto de esmerada responsabilidad concurrente del Instituto de Patrimonio Cultural (I.P.C.) y del Ministerio del Poder Popular para la Cultura; y en particular en el estado Trujillo, de la Corporación Trujillana de Turismo, como ente autónomo con competencia estatal, con quienes colaboran algunas instituciones de educación superior aunadas al esfuerzo de Organizaciones no Gubernamentales (ONGS) con patrocinio privado ya sea empresarial o comunitario, pero irrestrictamente comprometidas con el desarrollo turístico.

Vistos los planteamientos previos, se induce que la conjunción de esfuerzos para lograr un esperado desarrollo del turismo en las regiones exige una gran participación comunitaria expresada mediante las organizaciones de índole económico, particularmente las asociadas con la economía social, incluyendo *Cooperativas, Cajas de Ahorros, Cooperativas de crédito, Cooperativas de Servicios y las Instituciones sin fines de lucro*

con desempeño en la entidad considerada potencialmente provista de ventajas para el desarrollo de la actividad turística .

No obstante, aún cuando en la República Bolivariana de Venezuela se dispone tanto de la normativa como de los entes con responsabilidad en el desarrollo turístico como actividad económica prioritaria de interés nacional, se evidencia la existencia de regiones con alto potencial agro-eco turístico desaprovechado en el desarrollo de empresas de economía social, las cuales son requeridas en la implementación de las políticas estratégicas para ajustarse a un paradigma endógeno caracterizado por la diversificación y el desarrollo sustentable.

Tal situación se percibe al manifestarse los siguientes síntomas en varias regiones de la geografía nacional, entre ellas algunos municipios del estado Trujillo, donde se observa un estancamiento en el desarrollo productivo generador de beneficios; particularmente, en la conformación de asociaciones cooperativa, cajas de ahorro y demás empresas de carácter social sin fines de lucro las cuales se encuentren comprometidas en el aprovechamiento de los recursos disponibles para generar productos turísticos; ello deriva en un bajo nivel socio económico de los habitantes de zonas con alto potencial en agro-ecoturismo.

Bajo esta óptica de análisis, se pueden relacionar los síntomas observados con sus diferentes causas considerando, en primer lugar, la falta de motivación a la comunidad para la mejora de la infraestructura y los servicios requeridos por la actividad turística, en segundo lugar la falta de información a los habitantes en cuanto a su participación en el desarrollo del turismo; seguidos por el déficit en la promoción del agroecoturismo como actividad propicia para desarrollar en la región. Y finalmente se aúna a los causales anteriores la insuficiencia de la asistencia y apoyo logístico, por

parte de los entes gubernamentales, para el desarrollo de empresas de economía social.

Es así como se diagnostica que la parroquia Monseñor Jáuregui, considerada como área de estudio, posee un alto potencial agro-eco turístico desaprovechado en el desarrollo de empresas de economía social. Lo cual induce a pronosticar como al mantenerse las causales de la situación diagnosticada puede ocurrir una migración de las nuevas generaciones de nativos de Niquitao, las cuales buscarían nuevas fuentes de trabajo migrando hacia otras regiones, en perjuicio del desarrollo local y la tendencia a la despoblación de la parroquia. Surge entonces, como control al pronóstico la necesidad de implementar políticas, planes y programas dirigidos a motivar, informar, promocionar y asistir técnica y logísticamente a la comunidad para la conformación de empresas de economía social en agro-ecoturismo.

En consecuencia, se plantea como problema objeto de investigación la falta de promoción al turismo que se puede realizar en Niquitao, dado la existencia de grandes potencialidades en lo ecológico, cultural, folklórico, histórico, gastronómico y religioso; las cuales actualmente no son convenientemente aprovechadas por falta de publicidad para atraer a turistas y visitantes. El problema planteado se formula al preguntarse ¿Cuál motivación y capacitación se requiere para la promoción del agro-ecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, parroquia Mons. Jáuregui, municipio Boconó, estado Trujillo.

Dicha formulación se completa en alcance al sistematizar la problemática al cuestionarse sobre ¿En qué medida se promociona el agroecoturismo como actividad propicia para el desarrollo de Niquitao, del municipio Boconó, estado Trujillo?, ¿Cuáles características poseen las organizaciones de economía social de Niquitao, que permitan su contribución al desarrollo del agroecoturismo?, ¿Qué capacitación requieren los

habitantes de Niquitao para participar en la promoción del agroecoturismo?; ¿Cuál es la factibilidad de implementar un plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Seguidamente, se incluyen los objetivos de la investigación, diseñados con el fin de abordar las causas del problema y responder las preguntas de formulación y sistematización del mismo.

Objetivo General

Proponer un plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.

Objetivos específicos

Diagnosticar la actual promoción del agro ecoturismo en Niquitao, parroquia Mons. Jáuregui, municipio Boconó, estado Trujillo

Caracterizar las organizaciones de economía social existentes en Niquitao, para la identificación de su potencial contribución al desarrollo del agroecoturismo local.

Especificar las características de la capacitación requerida por la comunidad para su participación en el desarrollo del agro-ecoturismo en Niquitao.

Elaborar un plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.

Analizar la factibilidad de implementación del plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao.

Justificación de la investigación

Teóricamente, se justifica el trabajo investigativo por su base científica sobre teorías de la mercadotecnia de servicios, motivación, capacitación, promoción, economía social y turismo desarrolladas por Kotler (2001), Fernández y Puig (2002), García (2005), Rico (2005), Campo y Ugarte (2010), Fernández (2006), Ley Orgánica del Turismo (2001) y Sóla (2004), lo cual da a la investigación un carácter documental, con fines académicos y de aplicación práctica en la formación del recurso humano de Niquitao para la promoción del turismo con empresas de economía social.

En lo práctico, la investigación proporcionará la información diagnóstica de la situación actual de la promoción del agro-ecoturismo en la parroquia Monseñor Jáuregui y servirá de fuente para la consulta requerida por los responsables de la toma de decisiones sobre la promoción del turismo como generador de beneficios para mejorar la calidad de vida de los 1901 habitantes o población, con un índice de crecimiento anual de 1,007% (7/1000) del total (INE, 2011); tal proyección concuerda con la observación no participante del investigador sobre las estadísticas de parturientas con un registro promedio de 13,1 partos anuales en el período 2005-2010 llevado por el Ambulatorio Rural Tipo II de Niquitao.

Además, se considera como justificación práctica del trabajo de investigación los beneficios alcanzados al implementar la propuesta con la intención de coadyuvar en el desarrollo de la promoción del agro-ecoturismo lo cual incidirá directamente en la economía de los poblados y ciudades al

margen de la ruta hacia el pueblo de Niquitao, hacia el municipio Boconó en particular y los pobladores a orillas de las vías desde otros estado hacia la geografía trujillana en general.

Más aún, desde la perspectiva metodológica, el documento obtenido como fruto de la investigación servirá de guía y consulta en lo relativo al procedimiento a seguir para el desarrollo de trabajos por quienes en el futuro aborden estudios y recopilaciones de datos relacionados con la línea de investigación Desarrollo regional, en el tema Turismo, como campo investigativo de gran potencialidad en función de los cambios socio políticos por los cuales atraviesa actualmente el país.

Además, en cuanto a la justificación social esta se manifiesta por representar la investigación un esfuerzo para coadyuvar en la divulgación de aspectos culturales relacionados con la historia, monumentos naturales, gastronomía, costumbres autóctonas, manifestaciones en artes plásticas, tecnologías artesanales, como también expresiones folklóricas y religiosas con las cuales se ha caracterizado durante su historia el glorioso pueblo de Niquitao,

Finalmente, en lo institucional el trabajo de investigación se justifica por su aporte a la consolidación de asociaciones cooperativas y cajas de ahorro a ser beneficiadas con la promoción del agroturismo en simbiosis con el ecoturismo como modalidades de esta modalidad turística, generadora de beneficios prevista en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela como parte del sistema económico de desarrollo endógeno, con la cual se apuntala parte de los planes de desarrollo regional.

Delimitación

En lo espacial el estudio está delimitado dentro del área de desarrollo económico y social de la superficie geográfica del pueblo de Niquitao, en la parroquia Mons. Jáuregui del municipio Boconó en el estado Trujillo de la República Bolivariana de Venezuela; en forma análoga, el trabajo de investigación se realizó en el ámbito de desarrollo de los habitantes de la población de Niquitao, personas naturales o con personalidad jurídica correspondiente a organizaciones de economía social con razón social en el área del turismo, específicamente en la promoción del agro-ecoturismo o turismo rural. En cuanto a la delimitación temporal, la investigación se realizó entre el segundo semestre del año 2011 y el primer semestre del año 2012.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A continuación se presenta el marco teórico donde se describen trabajos previos que guardan relación con los objetivos y variables de la investigación, incluyendo en las bases teóricas las teorías, postulados, definiciones, conceptos y opiniones de autores avalados por instituciones reconocidas por todas las sociedades de conocimiento a nivel nacional, latinoamericano y mundial.

Caracterización de la Parroquia

Coordenadas:

Latitud Norte: 09° 07'00"; Longitud Este: 70°24'03"

Altitud:

Mil novecientos ochenta metros sobre el nivel del mar (1980 m.s.n.m.)

Temperatura Anual:

Dieciséis grados centígrados (16° C. Promedio.)

Población:

Cinco mil ciento veinte (5120 Habitantes.) INE. 2010

Sectores:

Potrerito, Raizón, Escorá, Ismambites, Vitisús, Dos Quebradas, Niquitao, Vitisay, y Volcán

Límites:

Norte: Parroquia San José (Tostós);

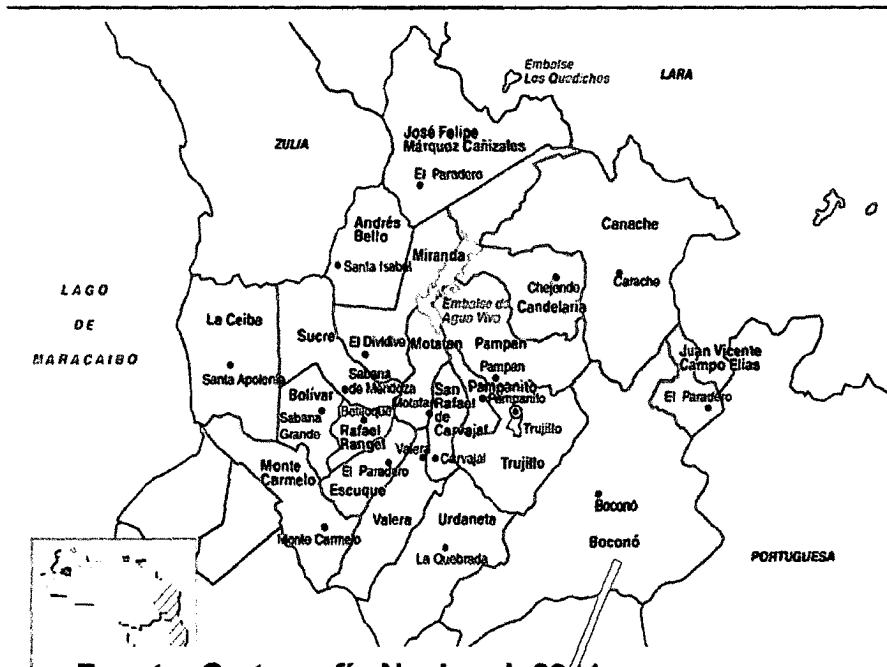
Sur: Ramal de Calderas.(Barinas)

Este: Parroquias Boconó – Guaramacal.

Oeste: Parroquia Gral. Ribas y Municipio Rafael Urdaneta.

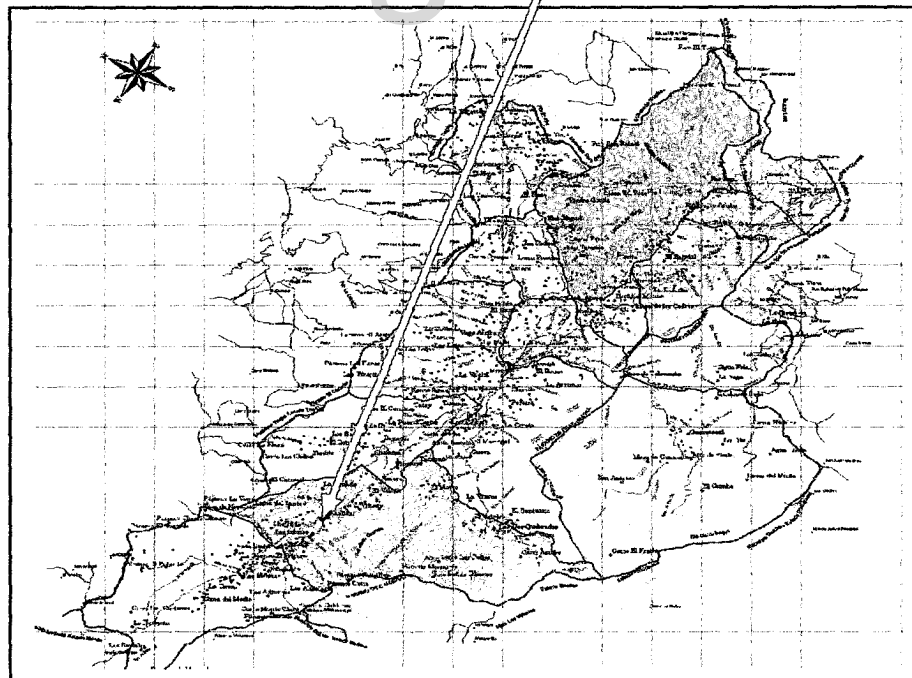
En la Figura 1, 2 y 3, se presentan mapas de localización del área en estudio:

Figura N° 1 Mapa de Localización Estado del Área de Estudio



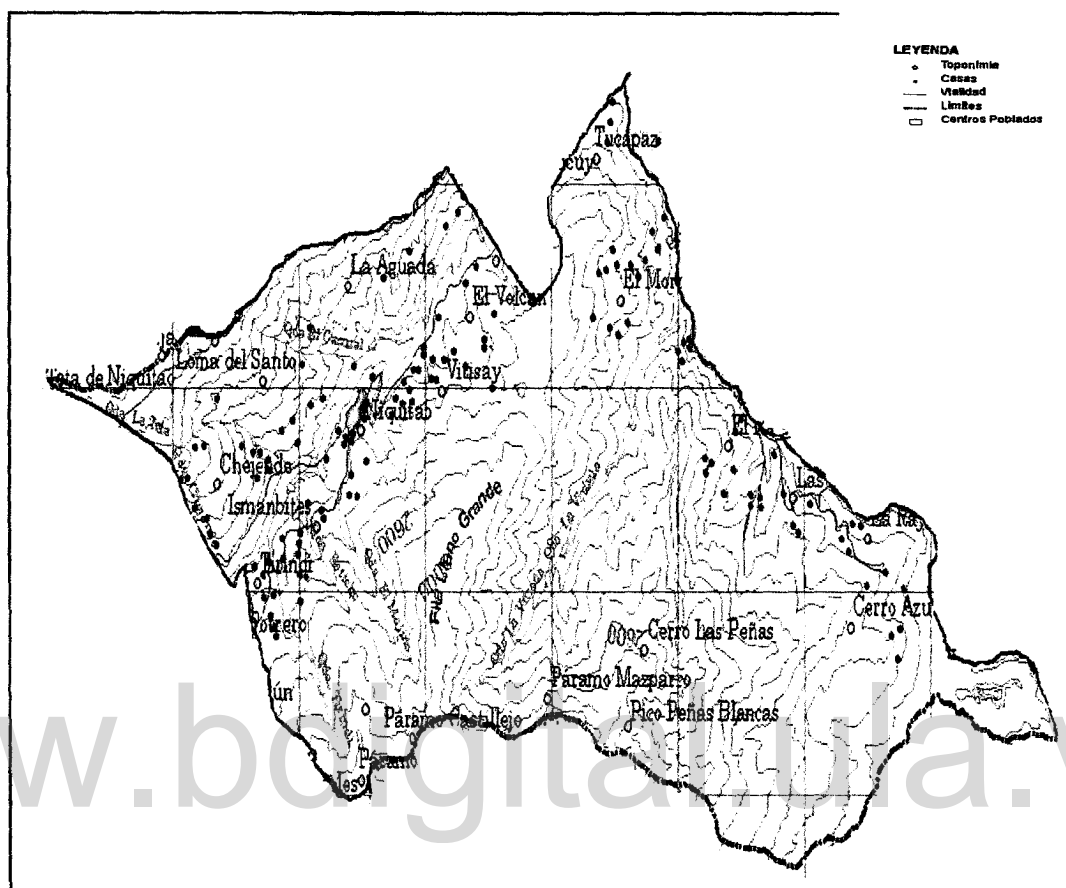
Fuente: Cartografía Nacional, 2011

Figura N° 2 Mapa de localización municipio del área de estudio



Fuente: Cartografía Nacional, 2011

Figura N° 3 Mapa de localización de la parroquia en estudio.



Fuente: Cartografía Nacional. 2011

Reseña Histórica de Niquitao

Niquitao, es la capital de la parroquia Monseñor Jáuregui, una de las doce que conforman el municipio Boconó el de mayor extensión geográfica entre los veinte integrantes del estado Trujillo; dicho poblado fue visitado por el obispo Mariano Martí quien dice en sus notas: “este pueblo tuvo principio en 1692, según la nota más antigua de sus libros parroquiales”. Sobre ello, Chiossone (1991. p. 291), cita a Briceño Iragorry para quien, “la encomienda de indios cuicas del valle de Niquitao, era de las más beneméritas de la jurisdicción de la ciudad de Trujillo entre los años 1584 y 1640”. Otras fuentes fijan su fundación en 1625 por Domingo Vílchez y Juan Vílchez

Narváez. Entre los hechos más relevantes en la historia nacional, ocurridos en Niquitao” está la Batalla de Niquitao ocurrida en las cercanías el 2 de julio de 1813 en el marco de la Campaña Admirable.

Complementariamente, Montero (2010) define a Niquitao como un extraordinario pueblo típicamente andino al sureste de Trujillo. Agregando que su Plaza Bolívar, recientemente remodelada, es el centro de la vida social, especialmente los fines de semana. Muy buena jardinería, bancos y grandes árboles; en los alrededores de la plaza hay ventas de dulces y artesanías, posadas y ventas de comida. En la misma cuadra de la plaza está una delegación de la Policía y la sede de la Brigada de Rescate y Conservacionismo de Niquitao, quienes además de sus labores de rescate y primeros auxilios, también ofrecen información turística.

La iglesia, relativamente moderna, está dedicada a San Bernabé, la imagen de este santo fue traída a Niquitao por un cacique de un lugar llamado Escorá, lugar cercano a Niquitao, visto que los españoles hicieron gobernador a este cacique, él se hizo bautizar y tomó el nombre de Don Bartolomeo de los Ángeles según aparece en el libro de la iglesia en 1722. Este Don Bartolomeo donó la imagen de San Bernabé, un cáliz y una campanilla de oro.

Aún cuando, en Niquitao se venera más a San Rafael de la Piedrita que al propio San Bernabé. Pues se cuenta que a principios del siglo XX un señor de apellido Matheus iba con su mula llena de mercancías para la ciudad de Trujillo, a la altura de Tomón, la mula pisó una piedra y cayó; otros dicen que la piedra se le incrustó a la mula en el casquillo. El asunto fue que el señor recogió la piedra y vio que en ella había una figura de San Rafael. Un día, este señor se enfermó gravemente y le pidió por su salud curándose de sus males; más tarde le ofreció la piedra a un amigo

para que lo ayudara en su enfermedad también éste sanó y la piedra fue tomando fama de milagrosa.

A pesar de lo “nuevo”, la iglesia internamente es de estilo colonial, con sus estructuras de madera junto a hermosos vitrales, donde en uno de ellos se representa al pueblo, con la iglesia y los habitantes del pueblo observando con interés a los soldados patriotas en plena Batalla de Niquitao, ocurrida en 1813.

Hacia el oeste está una plaza dedicada a uno de los más ilustres hijos de Niquitao, Monseñor Jesús Manuel Jáuregui. Las inscripciones en el mármol de la base dicen Monseñor Jesús Manuel Jáuregui Moreno, nació en Niquitao el 28 de septiembre de 1848 y murió en la Ciudad Eterna, Roma capital de la República de Italia, el 6 de mayo de 1905. Sus restos reposan desde 1910 en la Santa Iglesia Parroquial de Mucuchíes, estado Mérida.

Acceso a Niquitao lo más fácil es venir de Boconó, que dista de allí 28 Km. por carretera asfaltada en buen estado. La otra vía es viniendo desde Jajó, ahora completamente asfaltada (64 Km). Me comentaron que hay una camino de bestias que va hasta Calderas en Barinas. En línea recta son escasos 20 Km pero el trayecto lo hacen los lugareños en una jornada.

Toponimia

El nombre proviene de los indígenas que habitaban la zona, los niquitaos. También se dice que Niquitao era el nombre de un aguerrido cacique. Capital de la parroquia Monseñor Jáuregui, Municipio Boconó.

Altura

1890 msnm (en la Plaza Bolívar)

Ubicación

N 09° 06,642" W 70° 24,202'

Población

1901 habitantes (INE 2010)

Pueblos cercanos

Las Mesitas (15 Km.), Tostós (16 Km.), Boconó (28 Km.)

Por otra parte, en base a entrevistas informales con los señores Batone Pujol (antiguo cronista sentimental de Niquitao), Gilberto Santiago Alarcón (artesano textil preocupado en conocer la historia del pueblo), la señora Rosa Pérez (promotora cultural y trabajadora del museo comunitario "Mons. Jáuregui", ellos habitantes de Niquitao, a quienes se pueden considerar como libros vivientes de la población, coinciden en afirmar que a la llegada de los españoles, Niquitao era ocupado por varias tribus de aborígenes pacíficos y laboriosos, entre ellos los Zihuanés, Mibos, Escoras, Vitisay, Estichó, Tirindis, Chejendés, Bistitis, y Buyiri.

Además, la fundación del pueblo se atribuye al Alférez real Don Gonzalo de Graterol, posteriormente su esposa "Doña Luisa Saavedra" y "Don Diego de Vílchez Narváez" y su esposa "Doña María Sanz", comenzaron el poblamiento de Niquitao. Vale acotar que, la estructura colonial del poblado, en medio de su clima frío con una temperatura interanual de 16°C, recibe el nombre de "Paraíso Oculto", gracias a la prosa de "Don Ramón Muchacho Daboín", inspirado en el marcado contraste entre las grandes ciudades cosmopolitas y el colonialismo del pueblo mantenido inalterable en el tiempo, oculto entre las montañas donde los años no parece pasar. El epónimo Monseñor Jáuregui distingue a la parroquia en honor al ilustre maestro y sacerdote, nacido en Niquitao en el año 1848.

Por otra parte, Niquitao es un pueblo de gran movimiento turístico-cultural, en cuyo suelo se escenificó una de las batallas más importantes de la gesta emancipadora, llevada a cabo al suroeste del poblado, en "Tirindí", hoy denominado "La Columna", situado a cinco kilómetros (5 Km.) del casco urbano. La victoria obtenida en esta batalla del 2 de julio de 1813 fue lograda por la valentía de muchos hombres, entre los que se encontraban

jóvenes indios de Mucuchíes, la historia narra que el ejército patriota contaba con menos hombres y al ver esto, el sacerdote Gamboa, decide reunir el pueblo y realizar una procesión religiosa con la imagen de San Bernabé, la mayoría de los feligreses eran mujeres, niños y ancianos.

Sobre ello, se dice que esta marcha religiosa fue divisada a lo lejos por el Gral. Martí, quien sorprendido se acobardó al pensar que tanto el santo como sus seguidores, eran la escolta de Bolívar, el hecho lo confundió en gran manera y ante el desconcierto, su ejército se desorientó, cosa que aprovecharon los patriotas para derrotarlos. Los españoles huyeron precipitadamente por bosques y barrancos, entregando así el campo de batalla, después de la lucha que duró hasta las 5 p.m., es decir, ocho horas después.

Luego, el Gral. Martí, logra escapar con 20 hombres por Calderas y Barinas; los prisioneros de la batalla, fueron pasados por las armas, cumpliéndose por primera vez el decreto "Guerra a Muerte", en la plaza Mayor hoy plaza Bolívar de Niquitao. De esta manera se considera la Batalla de Niquitao, como la primera gran confrontación de la "Campana Admirable". Haciendo una remembranza histórica podemos destacar que el decreto de "Guerra a Muerte", fue dictado por Bolívar en la ciudad de Trujillo, el 15 de junio de 1813.

Por otra parte, en el Siglo XX, Niquitao de la parroquia Monseñor Jáuregui es declarado "Bien de Interés Cultural" en atención a la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural. Resolución I.P.C. N° 35.894, del 05 de febrero de 1996 por el Instituto de Patrimonio Cultural. Destacándose que en la parroquia a partir de la Declaratoria se tienen logros concretos tales como: Planes Especiales de Urbanismo para Niquitao, Centro de Desarrollo para la Artesanía, Convenios para la Capacitación en Construcción entre otros.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la selección de los antecedentes de la investigación se tomaron en cuenta los trabajos más recientes del mismo nivel académico, relacionados con las variables promoción, empresas de economía social y desarrollo agroecoturístico las cuales permitieron obtener una visión sobre la conformación de las referencias teóricas del presente estudio, así como también, algunas consideraciones sobre la metodología a utilizar. En ese sentido, existen varios autores que realizaron investigaciones similares, cuyas conclusiones se describen a continuación.

Moreno (2010), presentó como Tesis de Maestría ante la Universidad de Los Andes (NURR), un proyecto de investigación de campo tipo interactiva, inmediatamente de un diagnóstico participativo y sobre la base de los resultados obtenidos, logro evidenciar que los ciudadanos consideran que sus problemas apremiantes son la falta de educación cuyas consecuencias se ven reflejadas en un municipio poco desarrollado y con pocas perspectivas, por la carencia de planes y estrategias que establezcan una mejor calidad de vida.

Por lo que recomienda un plan de desarrollo territorial agro-ecoturístico que eleve la calidad de vida, con énfasis en educación, preservación ambiental, economía social, innovación y el acervo cultural, además propone en su plan fomentar el turismo en sus distintas expresiones, como mecanismo de mejoramiento económico municipal y ciudadano e igualmente que fomentar las empresas de producción social para el desarrollo de las potencialidades del municipio estudiado, en este caso el municipio Escuque del estado Trujillo.

En otra investigación, Carrillo (2008), presentó ante la Universidad de Los Andes, para optar al título de Magíster, un trabajo al cual denominó “Red Socialista de Innovación Productiva para el Desarrollo del Turismo

Sostenible de la Comunidad de Jajó del municipio Urdaneta del estado Trujillo”, no experimental de tipo proyectiva con los objetivos específicos de caracterizar los atractivos turísticos; determinar la calidad de los servicios básicos; diagnosticar el nivel de la cultura turística y proponer lineamientos estratégicos para conformar una Red de innovación productiva de turismo. Teniendo como variable nominal Desarrollo turístico y sistema integral de turismo, con dimensiones de turismo rural y sistema integral de turismo.

Concluyendo que para el logro de un turismo sostenible y alternativo se requiere constituir un mecanismo integrador de las potencialidades turísticas con la explosión de las actividades económicas bajo esquemas de restauración, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos naturales así como rescate y valoración de la cultura local. Por otro lado, consideró necesaria la formación y promoción como factor clave para elevar la calidad de cualquier destino turístico, como también la necesidad de preservar el patrimonio histórico, cultural y ambiental de la comunidad a través de la formación de emprendedores locales y de la población en general.

Otra autora, Viloría B. (2007), realizó una investigación cuyo plan de acción fue un proyecto factible, en sus fases diagnóstico y metodología documental. De esta investigación se concluye: que el auge y promoción del turismo tiende a aumentar, por tanto podría convertirse en un aspecto significativo del desarrollo económico y social. Los resultados de esta investigación aseguran que dentro de una estructura sostenible, es una alternativa viable proceder a sensibilizar, concientizar, organizar y accionar a las comunidades para la protección, defensa, investigación, valoración y difusión del patrimonio cultural. Propone diseñar planes especiales de promoción del turismo en el estado Trujillo.

Así mismo, Perdomo y Villarreal (2003), realizaron una investigación denominada "Propuesta Agro turística para la Finca "VENAINCA" Estado Trujillo" El objetivo general fue elaborar una Propuesta para la Finca VENAINCA del Municipio Escuque del Estado Trujillo. Utilizaron la metodología de Proyecto Factible con estudio descriptivo y de campo. La población la constituyeron 49,6%(10.328 personas), de sexo masculino, y un 50.4%(10.491 personas) de sexo femenino del Municipio Escuque del Estado Trujillo. Los resultados de acuerdo a los ítems mostraron que prevalecen las condiciones favorables para el desarrollo Agro turístico en la Finca "AVINCA" ubicada en el Municipio Escuque del Estado Trujillo.

Por su parte, Hernández (2007), se planteo como objetivos determinar la importancia del patrimonio Histórico-Cultural, así como también inventariar y diagnosticar el patrimonio Histórico Cultural para el desarrollo turístico de la población de San Miguel, municipio Boconó, estado Trujillo. La investigación de tipo descriptiva permitió considerar que tanto los pobladores como los turistas muestran poco interés en la valoración del patrimonio cultural evidenciándose el descuido del patrimonio histórico de las poblaciones.

Ahora bien, las investigaciones mencionadas se consideran como antecedentes por evidenciar que para la promoción y fomento del agroecoturismo, es fundamental diversificar las capacidades productivas para mejorar la calidad de vida, a través de la cultura, recreación, aprovechando la ubicación del lugar y el contexto lo cual, sin duda, mejorará los servicios públicos en los sectores urbanos y rurales, incorporando activamente a la población en el emprendimiento de empresas de economía social en busca de garantizar una vida próspera.

BASES TEÓRICAS

La oportunidad de vincular la agricultura con el turismo ha sido visualizada desde hace algunos años, como uno de los mecanismos que pueden aportar a la promoción del desarrollo rural, al fortalecimiento y articulación de negocios competitivos con sostenibilidad ambiental y viabilidad económica, valorizando al mismo tiempo el conocimiento tradicional y cultural.

Turismo.

Según Acerenza, (1991), lograr un concepto único del turismo no ha sido tarea fácil; pues aun siendo una actividad iniciada en el siglo XIX, tanto estudiosos como expertos de la materia todavía asoman nuevos elementos tratando de establecer una concepción definitiva donde se englobe en su totalidad lo abarcado y comprendido por el turismo; surgiendo interpretaciones basadas en definiciones junto a conceptos aportados por las diferentes disciplinas dedicadas a su estudio; considerando también los puntos de vista de ciertas corrientes del pensamiento.

Mientras, para Dávila (2004:13), “el término, en sentido restringido, entiende el turismo como una actividad con significado económico, contenido social y dimensión política propios”; de lo cual se puede inducir que, produce flujos reales y monetarios, ofrece oportunidades de empleo, mejora la calidad de vida de las comunidades involucradas.

Al respecto, según Molina y Rodríguez (1991: 11) para la Organización Mundial del Turismo (OMT): “El turismo es el desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, por un período mínimo de 24 horas y un máximo de 90 días, motivado por razones de carácter no lucrativo” Esta última es

considerada una definición limitada con fines estadísticos, pues intenta describir y explicar el turismo pero desde la perspectiva económica.

En esa perspectiva conceptual, el turismo es definido por Briceño (2000:22 y ss), como actividad integral permanente propia de un nuevo sector de la economía. Actividad, porque agrega servicios, genera industrias, incentiva el comercio y, en suma, genera empleo y bienestar. Es integral, por abarcar lo local, lo regional, lo nacional y/o internacional; contribuyendo al desarrollo económico y sociocultural; promoviendo a su gente y los valores constituyentes de su patrimonio; por concurrir en ella de forma participativa y complementaria los sectores tanto público como privado. Y, es permanente, por ser su objeto y esencia: el país con sus costumbres e idiosincrasia, sus recursos naturales renovables, y sus beneficiarios son quienes lo habitan.

En ese sentido, la anterior definición se considera como integradora de lo económico con lo sociocultural, así como, de las diferentes escalas afectadas por esta actividad y, al mismo tiempo, hace ver la necesidad de un turismo sustentable. Como se puede observar se presentan diferencias significativas entre las definiciones, por lo que deben tomarse en cuenta, además, los conceptos que en las disposiciones de los diferentes países se establezcan con relación al turismo.

Sobre el tema tratado, se puede inducir actualmente el turismo ha producido cambios estructurales significativos y positivos en los sectores económicos, sociales y ambientales de los países receptores, en países con frágiles ecosistemas se ha causado un impacto negativo muy fuerte, y de igual forma ha sucedido con sus patrimonios culturales.

Por otro lado, en este trabajo se realizó una revisión de los conceptos de turismo rural, las nociones que lo definen para fortalecer las acciones de las instituciones y lograr un mayor impacto sobre los grupos beneficiarios.

Se espera en este estudio se contribuya a la elaboración de programas y proyectos dirigidos a promover el agroecoturismo como estrategia de desarrollo en las comunidades rurales, aprovechando sus potencialidades y fortaleciendo su identidad, e integrando agricultura familiar, agroindustrias familiares y agroecoturismo u otras modalidades de turismo rural en estrategias y modos de vida sustentables.

Turismo rural.

Etimológicamente el término rural viene del latín, ruralis, de rus, ruris, campo, y tiene dos significados: 1) perteneciente o relativo a la vida del campo y a sus labores, 2) inculto, tosco, apegado a cosas lugareñas (Diccionario de la Real Academia Española 22^a Ed. 2001). Otros diccionarios señalan: del campo y de las labores propias de la agricultura y la ganadería, y colocan como ejemplo el turismo rural.

Sin embargo, aun cuando el turismo rural y las actividades agrícolas se desarrollan en espacios rurales, para efectos del turismo no deben hacerse sinónimos los términos rural y agrícola. Además de las labores propias de la agricultura y la ganadería, en el espacio rural se realizan otras, como elaboración de textiles, artesanías, productos naturistas, explotaciones forestales, excursiones ecológicas, arqueológicas, de paseo, a las que se puede agregar la preservación del patrimonio cultural y de la naturaleza.

El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales, además, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local.

Dado que, el turismo rural involucra una amplia y heterogénea gama de actividades, la delimitación del concepto es una tarea compleja. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) entre los inconvenientes para conceptualizar este tipo de turismo, indica que no todo el turismo que tiene lugar en las zonas rurales es estrictamente rural, puede ser de tipo urbano localizado en zonas rurales. Además, el turismo rural es complejo y no incorpora solamente al agroturismo. Incluye múltiples formas de recreación en las zonas rurales; siendo las zonas rurales difíciles de definir y los criterios cambian según el país.

El turismo rural es un medio para hacer conocer y respetar la cultura y los lugares, constituyendo una alternativa económica; por ello para la Organización Mundial del Turismo O.M.T (2009), el turismo así entendido debe ser sustentable en tres ejes principales que incluyen lo ambiental (la actividad turística no debe destruir el ambiente donde se realiza.

No debe comprometer los recursos naturales para las generaciones futuras.); lo económico (debe distribuirse el resultado de la actividad económica, debe beneficiar a la gente del lugar.); y lo social (no debe destruir la cultura del lugar.). Ello deriva en la consideración de varias tipologías del turismo rural, entre ellas agroturismo, ecoturismo, cultural, de aventura, técnico, científico, de salud, étnico y turismo religioso.

Agroturismo

Esta modalidad se presenta como un complemento de la actividad principal del establecimiento agropecuario. El visitante participa activamente de las actividades productivas (cosecha, laboreo o labranza del suelo, entre otros). La familia debe participar activamente en la acogida de los turistas y compartir con ellos las actividades que se ofrecen.

Ecoturismo

Es una actividad en la que participan distintos grupos de interés y tiene lugar en sitios ambiental y económicamente frágiles. Tiene como principal objetivo la inserción del visitante en el medio natural, en el que se educa sobre las particularidades de cada ambiente al tiempo que disfruta de actividades que resaltan la belleza de sitios incontaminados y puros, donde se debe respetar el ambiente y mantener el bienestar de la población local.

Turismo cultural

Modalidad que privilegia el respeto al patrimonio natural y cultural. Es ambientalmente responsable y consiste en visitar áreas naturales sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (presente y del pasado), a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental (natural y cultural), y propicia un compromiso activo y en lo socioeconómico benéfico para las poblaciones locales. Su principal sustento es la riqueza histórica que se atesora en el seno de muchas familias criollas.

El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" entendido este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales"

Turismo aventura

Es aquel viaje o excursión con el propósito de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre, para producir sensaciones de descubrimiento. Forman parte de esta modalidad actividades muy diversas como canotaje, cabalgatas, senderismo, entre otros. Pudiéndose considerar en este tipo al denominado Turismo deportivo, o aquel relacionado con actividades físicas para el disfrute del tiempo de ocio, tales como caza, pesca, y otras.

Turismo técnico científico

Se trata de aquellas propuestas turísticas que surgen de la iniciativa de explotaciones agropecuarias o cadenas de producción agroalimentaria; las cuales se destacan por su proceso de producción o nivel tecnológico usado, poseyendo un fuerte atractivo para productores e investigadores visitantes. Dentro de esta modalidad, se puede incluir el llamado Turismo educativo, posible de realizar en granjas o establecimientos rurales, e incluye desde visitas guiadas hasta el dictado de cursos sobre distintas tareas agropecuarias, saberes del lugar, técnicas usadas en la producción, entre otras múltiples posibilidades de enseñanza-aprendizaje.

Además, se puede incluir en la modalidad técnico científica al Turismo de eventos tales como seminarios y reuniones de trabajo de empresas, pudiéndose incorporar eventos sociales, grupos coleccionistas, observadores de la flora, la fauna o excursiones familiares para conocer

actividades desarrolladas en ámbitos específicos como familia, sociedad, religión y otros.

Turismo salud

Es el que se realiza con el fin de obtener mejoras de la salud, disfrutar de ambientes saludable poco o nada contaminados, disfrutar de bondades curativas como fuentes termales, equinoterapia, uso de lodos o barros considerados propicios para tratamientos estéticos y de belleza; además de servicios prestados en establecimiento rurales relacionados con terapias relajantes, tratamientos antiestrés, hipo-terapia, entre otros

Turismo étnico

Es llevado a cabo por diferentes grupos étnicos, existentes en zonas apartadas, incluyendo desde colonias de inmigrantes, asentamientos indígenas, hasta comunidades de pueblos originarios apartados del progreso con creencias particulares y por lo general cerrados a culturas o costumbres foráneas. Es posible además, incluir entre este tipo el realizado en pueblos caracterizados por la idiosincrasia de sus habitantes, a pesar de carecer de atractivos turísticos naturales o de otro tipo.

Turismo religioso

Es el llevado a cabo en zonas rurales donde el elemento religioso adquiere gran relevancia, ofrecen servicios a peregrinos, interesados en observar o participar en manifestaciones populares de fe, disfrutar de un ambiente de reflexión, realizar retiros espirituales, practicar el denominado Turismo esotérico, donde los visitantes pueden apreciar algunas

costumbres, creencias y cosmovisiones derivadas de culturas ancestrales que han perdurado casi intactas gracias a la convicción de los habitantes de algunos poblados rurales.

Turismo venezolano

Según Flores, (2000), en Venezuela, el turismo ha sido visto como una alternativa para complementar los ingresos de divisas generados por la exportación del petróleo y de sus productos básicos. Sin embargo, la dependencia petrolera no ha sido la mejor aliada para el desarrollo de esta actividad. El petróleo provee al país de divisas y recursos, y ha sembrado la llamada "cultura petrolera", que se traduce, entre otros factores, en una conducta de paternalismo estatal, éxodo rural, concentraciones demográficas urbanas, crecimiento desmesurado de las importaciones. Si bien es cierto que el petróleo genera ingresos, no provee empleos suficientes para la población que se incorpora al mercado de trabajo. Por su parte, el turismo genera ingresos y crea puestos de trabajos (pág. 35).

Por otra parte, en Venezuela, desde el año 1999, se define la agricultura como un sector prioritario para el modelo de desarrollo socioeconómico del país, en virtud de su condición estratégica; de la misma manera, se le otorga carácter constitucional al desarrollo rural. En tal sentido, para la población rural, el agroturismo permite la conservación y recuperación del patrimonio cultural; ingresos complementarios por otras actividades como la venta de productos agrícolas, artesanales y pecuarios, los servicios de hospedaje y restauración; además, la creación de servicios e infraestructuras en apoyo a la actividad agro turística de los cuales se beneficia la comunidad.

Vistas las cosas de esa manera, es necesario que los individuos se organicen para lograr las ventajas de la asociación comunitaria o cooperativa para afrontar el desafío como prestadores de servicio los cuales deben hacer del turismo un instrumento para visualizar un nuevo horizonte de valores, en el cual lo colectivo sea el eje de la gestión turística.

Por lo expuesto, el turismo debe ser entendido como una cultura capaz de llenar de contenido afectivo tanto a las personas como a los lugares en toda la variedad de situaciones; el paisaje, el urbanismo, sus sitios históricos y patrimoniales deben formar parte del imaginario colectivo, la gente debe fortalecerse un diálogo como expresión de pertenencia e identidad.

Patrimonio turístico de Niquitao

Las riquezas naturales y culturales, la ubicación, el clima, las características geográficas con que cuenta esta población, convierten a Niquitao en uno de los destinos turísticos considerados como más interesantes del país. Declarado “Bien de Interés Cultural” conforme a la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural (1993).

Es preciso considerar, la ubicación en su territorio del Monumento Natural Nacional “Teta de Niquitao” llamado por los pobladores “Pico Musi” o “Picáchu”, uno de las más elevados de los Andes venezolanos. Esta calificación de monumento natural se justificó ante la necesidad de proteger y conservar paisajes únicos constituidos por crestas monoclinales, páramos y relictos de selva nublada, por lo cual el Instituto Nacional de Parques (INPARQUES) debe garantizar la conservación y preservación de los recursos naturales y culturales del área.

De tal manera en Niquitao, cada lugar tiene una amplia variedad de flora y fauna dependiendo del ambiente, clima o suelo, bosques repletos de frondosos árboles, verdes praderas y hermosos valles, pequeños arroyos y manantiales, imponentes cascadas, zonas xerófilas y parameras. Poseyendo grandes montañas de desarrollo vertical y cimas representativas de la región con variada vida animal salvaje. Posee un parque histórico “La Columna” lugar donde se dio la Batalla de Niquitao el 2 de julio de 1.813.

Además, la zona de marcada vocación agrícola constituye un importante bastión de la economía trujillana; el lugar es eminentemente turístico, pues cuenta con excelentes atractivos naturales como “Las Pailas” y “El Guirigay”. Niquitao es una región de silenciosa majestuosidad entre sus imponentes montañas, cuenta con ríos de aguas cristalinas; lagunas de gran belleza; sus pueblos cordilleranos son testimonio elocuente de su pasado colonial. Actualmente, la oferta de turismo está dirigida al mercado del descanso y contemplación, los deportes extremos, la observación de aves y del ecosistema. Su economía se basa en la agricultura, el turismo, y el desempeño de parte de sus habitantes como empleados públicos. Niquitao se considera como uno de los centros culturales y artesanales del país.

Por otra parte, la agricultura, dedicada al cultivo de especies de ciclo corto, constituye una actividad fundamental para su desarrollo. Es una de las parroquias con mayor diversidad en la producción agrícola y de artículos artesanales, entre ellos: tejidos de lana, cobijas, tallas en madera, orfebrería en arcilla, dulces típicos, vinos, ponches, licores de fabricación artesanal usando frutas de cultivos locales. En Niquitao, el agroturismo se presenta como un producto novedoso en el sector turístico local, poco explotado, casi desconocido en cuanto a su funcionamiento, y capacidad para generar nuevas oportunidades de empleo a sus habitantes.

Economía social

La Economía Social, también llamada Economía Solidaria, se refiere al modelo de organizaciones integradas ya sea por productores, consumidores, ahorristas, trabajadores, o por cualquier asociación entre ellos, que operan regidas por los principios de participación democrática en las decisiones, autonomía de la gestión y la primacía del ser humano sobre el capital.

Las prácticas de estas organizaciones se circunscriben en una racionalidad productiva, donde la solidaridad y la cooperación son el sostén del funcionamiento de las iniciativas. Razón por la cual, los emprendimientos de economía social buscan la articulación con entidades públicas o privadas que le permitan la participación democrática en la vida económica y política de la sociedad.

Al respecto, Rubio y Barria (2005) exponen el concepto de economía social desde un punto de vista contemporáneo y de procesos sociales, el cual se extiende y populariza desde mediados de los años 70 principalmente en América Latina, donde se viven los rigores de la crisis económica del petróleo a lo cual se suma la profundización de un modelo económico neoliberal y la recesión internacional de inicios de la década de los 80. A la vez, desde un punto de vista político, la región profundiza en esta época, un ciclo de regímenes autoritarios de derecha, que genera altos niveles de exclusión y represión social.

Sobre el tema en desarrollo, se debe tomar en cuenta el uso generalizado del término "tercer sector", pues en los últimos 20 años, hasta entrado el 2005, se ha extendido el concepto de "tercer sector". Término con

énfasis en la idea sobre la constitución de la organización económica y social de los países, en torno a tres sectores de la economía.

De tal manera, un primer sector corresponde al de la economía pública, un segundo al de empresas privadas, mientras un tercero reúne todas las otras formas de empresa y organizaciones, las cuales generalmente no tienen fines de lucro, por basarse en: una gestión democrática, para la generación de bienes y servicios de interés público. Por ello, quienes utilizan el concepto clásico de empresas de economía social, subrayan en el desarrollo de empresas para operar en el mercado, transando sus bienes y servicios con una gestión considerada de empresas democráticas, centradas en la ayuda mutua y el interés público.

Finalmente cabe indicar (aunque es posible encontrar otros términos de uso común como economía popular, economía de interés general, sociedad civil y otros), que otro término de uso frecuente es el de "sector sin fines de lucro", en donde el acento es puesto en al trabajo voluntario de interés general que es realizado con ánimo solidario.

Bajo esa óptica de análisis, en referencia al concepto de economía social, Ochoa (2012), considera a la economía social como un tema de viejo interés académico en América Latina, a pesar de la escasa importancia práctica dada a ella en relación con la economía tradicional; pese a su interés científico ante la necesidad de dar explicación a una realidad compleja, con profundas dificultades de crecimiento y desarrollo en los términos planteados como economía alternativa; estas dificultades han tenido lugar en un contexto de esfuerzo-demanda hecho por los sectores sociales más desfavorecidos, en torno a la creación de organizaciones alternativas a las empresas capitalistas, como estrategias laborales y en general de mejoramiento de las condiciones de vida.

Afirma la autora antes citada, que otros conceptos, nociones o términos, son utilizados para dar cuenta de una economía diferente a la capitalista, entre ellos se encuentran, además de la designación como economía social, los de economía popular, economía solidaria, tercer sector productivo, economía de acompañamiento, economía a escala humana y economía mutual. Se trata de conceptos donde incorporan en cada caso características distintivas de los otros, pero esencialmente intentan definir una economía alternativa a la capitalista.

Sostiene Ochoa (antes citada), que en los actuales tiempos donde es apremiante dar respuesta a problemas socioeconómicos de carácter científico, la economía social es hoy la esperanza de numerosos latinoamericanos que luchan por un mejor nivel de vida; por ello, algunos países dedican cuantiosos recursos a organizaciones productivas alternativas a la capitalista, es el caso de Venezuela, donde según cifras de la Superintendencia Nacional de Cooperativas (2010), se pasó anualmente entre 1998 y 2004 de 762 cooperativas a 820, 1006, 1927, 4078, 12145, 54242 respectivamente y 83769 existían hasta agosto de 2005, es decir un crecimiento del 10993% en relación a 1998, esto sin tener en cuenta otras formas productivas consideradas como alternativas a la capitalista.

Conforme a los planteamientos anteriores, es posible inferir que la economía social es un conjunto de agentes que se organizan en forma de asociaciones, fundaciones, mutuales y cooperativas, en las que prima el interés general por sobre el particular y en las que la toma de decisiones se realiza de modo democrático y participativa. En la economía social prevalece el trabajo por sobre el capital. En forma generalizada, la Economía social es la parte de la economía que no pertenece al sector público ni al ámbito de la economía capitalista. No existen aún consensos con respecto a los criterios específicos de delimitación, la economía social

incluye unidades económicas pertenecientes a todos los sectores y participa en todas las fases del proceso productivo.

La economía social es la parte de la economía integrada por empresas privadas que participan en el mercado, pero cuya distribución del beneficio y toma de decisiones no están directamente ligadas con el capital aportado por los miembros o socios. En los agentes pertenecientes a la economía social se sustituye el interés particular por el general, y aparecen otras finalidades distintas de las puramente económicas. Hay quienes denominan a la economía social Tercer Sector. La toma de decisiones en los agentes pertenecientes a la economía social (cooperativas, mutuales, asociaciones) es mediante un proceso democrático y de autogestión, diferente al principio mercantil de representación societaria. En general, las empresas pertenecientes a la economía social tienen la finalidad de solucionar cuestiones sociales que ni las empresas públicas ni las privadas resolvieron satisfactoriamente.

Características de la Economía Social

Según Díaz Almada (2009), Se puede distinguir, entre otras características sobresalientes en los emprendimientos sociales o solidarios, las siguientes: a) *La democracia participativa y la autogestión*. Se debe verificar la total igualdad en la participación en la toma de decisiones de todos sus miembros, en la elección de sus autoridades y el equitativo reparto de los bienes en el caso de una organización productiva. b) *La práctica de la solidaridad*: Con especial énfasis en los más desfavorecidos del grupo o de la comunidad en general. Las entidades que promueven la economía solidaria dan prioridad a las asociaciones de desempleados, y de los que menos tienen posibilidades de encontrar trabajo debido a la edad, la falta de calificación, discriminación de raza o de género, entre otros.

Además se caracteriza por: c) *El desarrollo local*. Los emprendimientos solidarios surgen en un área específica por un grupo de individuos que sufren una particular problemática utilizando recursos endógenos, la vida común del grupo es lo que refuerza la cohesión de la comunidad; y d) *La sustentabilidad*. La economía social se fundamenta en los principios de desarrollo económico respecto del cuidado del medio ambiente y el compromiso con la cohesión social, siendo pionera en las prácticas de responsabilidad social.

Economía social en Venezuela

En principio se debe indicar algunas definiciones particulares de las Empresas de Producción Social, pues desde esta perspectiva se pueden señalar progresivamente las finalidades y principales rasgos característicos de estas empresas en la actualidad, no como figuras jurídicas sino como un modelo particular de un nuevo sistema económico en construcción a partir de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y del conjunto de normas y nuevo marco legal que las define.

Como se desprende de la definición dada por Mas (2007), las empresas de producción social son entidades integrales, ellas pueden ser empresas de carácter mercantil, civil o cooperativas pero con la misión de establecer nuevas formas de producción social y eficientes con una distribución de sus beneficios basada en justicia, equidad y reciprocidad.

Diagnóstico participativo

Según Amado y otros (2002), se llama diagnóstico participativo (conocido también como diagnóstico comunitario o diagnóstico compartido)

al estudio o análisis realizado por un colectivo. Es un instrumento empleado, por las comunidades para la edificación en colectivo de un conocimiento sobre su realidad, en el que se reconocen los problemas que las afectan, los recursos con los que cuenta y las potencialidades propias de la localidad que puedan ser aprovechadas en beneficio de todos; lo cual, permite identificar, ordenar y jerarquizar los problemas comunitarios y, a través de ello, permite que la gente llegue mejor preparada a la formulación del presupuesto participativo. Un correcto diagnóstico de la realidad es el punto de partida indispensable para que los miembros de la comunidad planifiquen colectivamente actividades que les permitan mejorar su situación actual

Por otra parte Crespo (2010) considera la existencia de una marcada diferencia entre un diagnóstico hecho por agentes externos a una localidad y aquel hecho por los propios vecinos; de hecho los planes de acción y las soluciones suelen ser más apropiados y eficaces cuando se basan en el análisis de los problemas realizados por las personas afectadas. El diagnóstico participativo es una actividad del colectivo comunal donde se busca la participación al considerar la opinión del mayor número de ciudadanos representativos de la población total involucrada; sin embargo, es conveniente que la comunidad cuente con el apoyo de facilitadores para aplicar la metodología adecuada al proceso investigativo llevado a cabo por los sectores populares.

En ese orden de ideas, para la realización del diagnóstico en la presente investigación del tipo proyecto factible se utilizó como instrumento innovador, de conformidad a lo expuesto en el párrafo precedente, en la presente investigación se utilizó un cuestionario de diagnosis para cada subconjunto de personas caracterizadas por su ocupación, las cuales conformaron el universo del presente proyecto factible, y de cuyas respuestas sobre la situación actual de la promoción deficiente del agro

ecoturismo en la población de Niquitao, sirvió como base para diagnosticar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posteriormente se utilizaron para conformar las matrices de análisis FA, FO, DA, DO de las cuales derivaron las estrategias para la conformación del plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social.

Aspectos del Diagnóstico

Según Amado y otros (2002), en el diagnóstico se deben incluir los siguientes aspectos relacionados con la situación actual de la comunidad o del fenómeno social investigado: a) Los problemas de la comunidad; b) Las necesidades más sentidas; c) Las potencialidades de la comunidad: líderes vecinales (políticos, sociales, deportivos); organizaciones, instituciones que pueden apoyar el trabajo comunitario.

También se incluyen: d) Identificación de oficios (ocupación); e) Profesionales y técnicos presentes en la comunidad; f) Los conflictos intrafamiliares, entre vecinos, los abusos, el atropello, entre otras situaciones de convivencia; g) El altruismo y el amor por el prójimo que reflejan los vecinos(as); h) Las tradiciones culturales, económicas, otros usos y costumbres de la comunidad.

Análisis FODA

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporciona la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas, así como la generación de nuevos o mejores proyectos de perfeccionamiento. David, (2004).

En el proceso de análisis de las oportunidades, amenazas, se consideran los factores económicos, políticos, sociales, culturales estimados como las influencias del ámbito externo de la organización, que inciden sobre su quehacer interno, por cuanto potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la misión organizacional. La previsión de esas oportunidades y amenazas posibilita la construcción de escenarios anticipados para reorientar, de ser necesario, el rumbo de la organización. Asimismo, las fortalezas y debilidades corresponden con el ámbito interno de la organización, dentro del proceso de planeación estratégica, se debe realizar el análisis de cuáles son esas fortalezas y las debilidades que obstaculizan el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Según (Ponce, 2006 y Fernández, 2000), el proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades se ven disminuidas, las fortalezas incrementadas, el impacto de las amenazas es considerado y atendido puntualmente, el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, misión, visión de la organización.

De esta manera el análisis sustentado en la matriz FODA se circunscribe a dos ambientes: el ambiente externo, en el cual se contemplan las oportunidades sobre las cuales la organización no tiene control directo, pero constituyen eventos que pueden afectar de manera positiva su labor. En este ambiente se incluyen también las amenazas las cuales afectan la gestión de manera negativa, por lo cual se deben tomar las previsiones necesarias, para no interrumpir el quehacer social ni desmeritar su función.

En relación al ambiente interno, se consideran las fortalezas las cuales conforman la parte positiva de la organización, en su contexto interno, se refiere a los servicios que de manera directa se tiene el control de realizar y

reflejan una ventaja ante otras organizaciones con labores similares; son producto del esfuerzo y la acertada toma de decisiones.

Por otra parte, según Morrisey, (2001) observar los factores internos y externos claves es la parte más difícil para desarrollar una matriz FODA y requiere juicios sólidos, además de que no existe una serie mejor de adaptaciones. En tal sentido Las estrategias FO (Fortalezas con Oportunidades) usan las fuerzas internas de la organización para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

Al respecto, todos los gerentes querrían que sus organizaciones estuvieran en una posición donde pudieran usar las fuerzas internas para aprovechar las tendencias y los hechos externos. Por regla general, las organizaciones siguen a las estrategias de DO, FA o DA para colocarse en una situación donde puedan aplicar estrategias FO.

Cuando una empresa tiene debilidades importantes, luchará por superarlas y convertirlas en fuerzas. Cuando una organización enfrenta amenazas importantes, tratará de evitarlas para concentrarse en las oportunidades. Adicionalmente, las estrategias DO (Debilidades ante Oportunidades), pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

En ocasiones existen oportunidades externas claves, pero una empresa tiene debilidades internas que le impiden explotar dichos oportunidades; mientras, las estrategias FA (Fortalezas para enfrentar las Amenazas), aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.

Esto no quiere decir que una organización fuerte siempre deba enfrentar las amenazas del entorno externo; y las estrategias DA (Debilidades para resistir a las Amenazas), son tácticas defensivas que

pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno.

Es importante tomar en consideración que una organización que enfrenta muchas amenazas externas y debilidades internas de hecho podría estar en una situación muy precaria. En realidad, esta empresa quizá tendría que luchar por supervivencia, fusionarse, atrincherarse, declarar la quiebra u optar por la liquidación.

El análisis FODA se lleva a cabo en los ocho pasos siguientes: 1) Hacer una lista de las oportunidades externas clave de la empresa; 2) Hacer una lista de las amenazas externas clave de la empresa; 3) Hacer una lista de las fuerzas internas clave de la empresa; 4) Hacer una lista de las debilidades internas clave de la empresa; 5) Adecuar las fuerzas internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias FO resultantes en la celda adecuada; 6) Adecuar las debilidades internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes en la celda adecuada.

Incluyendo también: 7) Adecuar las fuerzas internas a las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultantes en la celda adecuada; y, 8) Adecuar las debilidades internas a las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes en la celda adecuada.

El propósito de cada matriz (FA, FO, DA, DO) de la adecuación consiste en generar estrategias alternativas viables y no en seleccionar ni determinar "qué estrategias son mejores" No todas las estrategias desarrolladas en una matriz FODA, por consiguiente, serán seleccionadas para su aplicación. En el presente proyecto factible, con la finalidad de detectar en forma confiable los diferentes factores influyentes sobre la situación de estudio, se aplicó la encuesta como técnica para su indagación.

Sistematización de las variables

Martinic y Walker, (1988). Martinic y Walker (2008) plantean que, la sistematización se presenta, por lo general, como una alternativa a la evaluación tradicionalmente aplicada a los proyectos sociales y educativos. Del mismo modo, y como una reacción al positivismo dominante, suele presentarse como una respuesta a las influencias de la investigación social predominante, analizar las problemáticas que relevan los proyectos de cambio y de intervención social, por lo que desde el punto de vista epistemológico se destaca la disconformidad con categorías que dicotomizan al sujeto conocedor del objeto a estudiar.

Es decir mediante la sistematización se intenta dar cuenta de manera simultánea de la teoría y de la práctica o, en otras palabras, del saber y del actuar. En relación con el lenguaje, éste describe o interpreta la acción que quiere representar: la sistematización intenta construir un lenguaje descriptivo “desde adentro” de las propias experiencias constituyendo el referencial que le da posibilidades de ser transferido y compartido lo vivido o conocido.

Por tanto, al sistematizar la investigación y sus variables, se adecuarán los niveles de conocimiento, para ser presentados como áreas de investigación, líneas de estudio, objetivos, dimensiones, sub-dimensiones e indicadores.

Vale acotar que, el objetivo general indica las variables en estudio, los objetivos específicos se asocian con las dimensiones y los indicadores se obtienen de las bases teóricas como atributos identificadores de cada dimensión del estudio.

En ese sentido la presente investigación de tipo proyecto factible, con diseño de campo tiene como objetivo general proponer un plan para la

promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo; y se definen como variables la Organización de Economía social en Agro ecoturismo; Capacitación; Planificación y Factibilidad.

En las dimensiones Economía social, Turismo, Características, Teórica – Práctica, Organizativa, Operacional y Tipos. Con los indicadores: Fortaleza, Debilidad, Amenaza, Oportunidad; Tipos EES, cantidad, Calidad, Servicios, Pago, Productos; Charlas, Talleres, Boletines, Cursos, Formación; Objetivos, Metas, Estrategia, Recursos, Visión y Duración, Evaluación y Técnica, Operativa, Política, Económica y Social.

La información referida se presenta a continuación en la tabla 1 denominada sistematización de las variables:

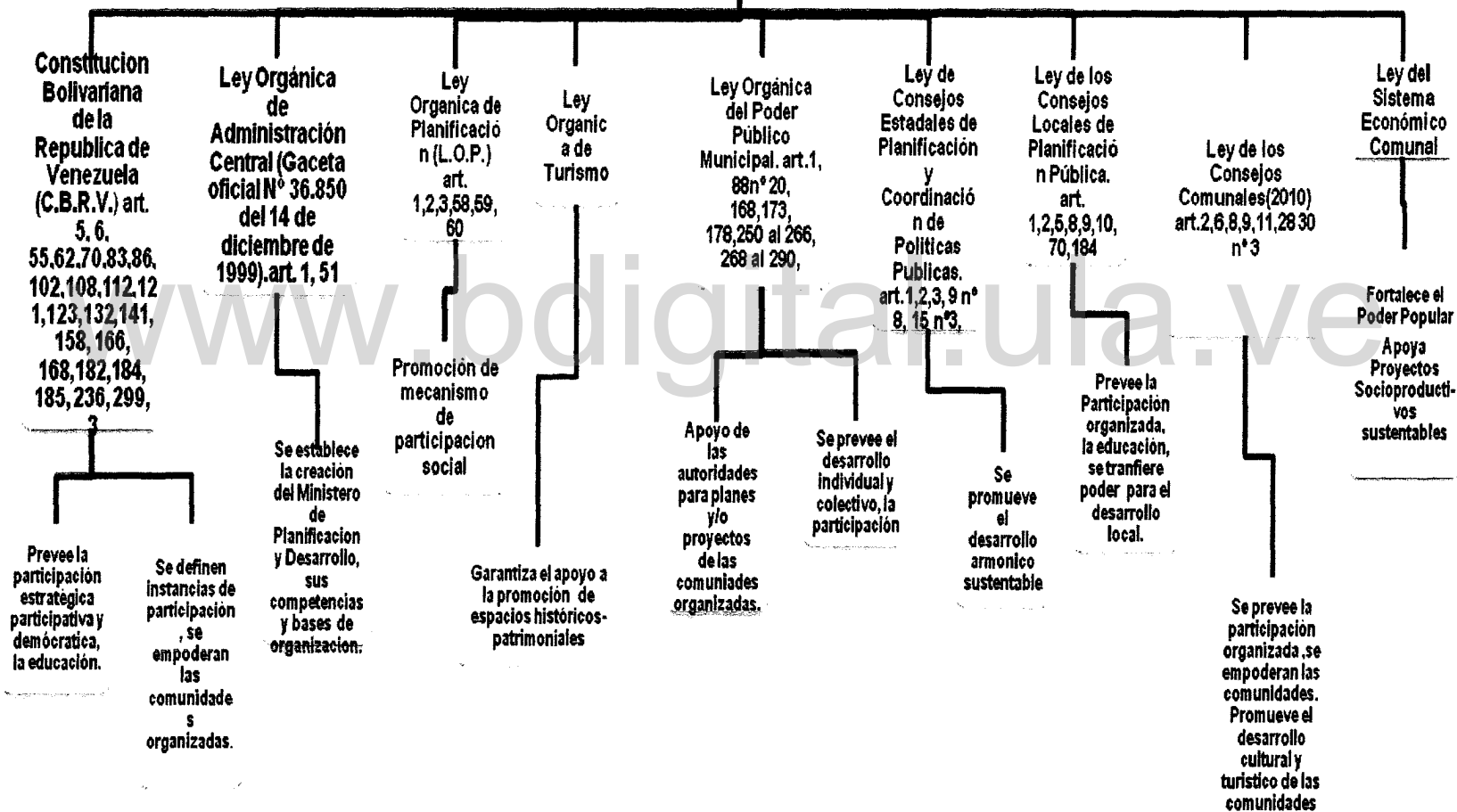
www.bdigital.ula.ve

Tabla N° 1. Sistematización de las Variables

Objetivo General: Proponer un plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.						
Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicador	Items		
				I(1)	I(2)	I(3)
Caracterizar las organizaciones de economía social existentes en Niquitao, para la identificación de su potencial contribución al desarrollo del agro eco-turismo local.	Organización de Economía social en Agro ecoturismo	Economía social	Fortaleza Debilidad Amenaza Oportunidad	1,2, 3,4, 10,12,13,1 4,15,16 5,6, 7,8, 9, 11	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 11, 12	
		Turismo				
		Características	Tipos EES Cantidad Calidad Servicios Pago Productos	22 23 24 25 26 27 28		
Especificar las características de la capacitación requerida por la comunidad para su participación en el desarrollo del agroecoturismo en Niquitao.	Capacitación	Teórica		17 18 19 20 21		
		Práctica	Charlas Talleres Boletines Cursos Formación			
Elaborar plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, Edo. Trujillo	Planificación.	Organizativa	Objetivos Metas Estrategia Recursos Visión y Duración Evaluación	Propuesta		
		Operacional				
Analizar la factibilidad de implementación del plan estratégico para la promoción del agro-ecoturismo con em-presas de economía social en Niquitao	Factibilidad	Tipos	Técnica Operativa Política Económica Social	Análisis		

Fuente: Quevedo (2012) Elaboración propia.

BASES LEGALES



Fuente: Quevedo (2012) Elaboraci3n propia

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Turismo

Según la Organización Mundial del turismo (OMT), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*.

Formas de turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) existen tres formas fundamentales de turismo: el *turismo interno*, *turismo receptor* y *turismo emisor*. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a otras formas de turismo: *turismo interior*, *turismo nacional* y *turismo internacional*

Turismo emisor

El *turismo emisor* abarca todas aquellas *actividades* realizadas por un *visitante* residente fuera del *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico emisor* o de un *viaje turístico* interno. Organización Mundial de Turismo (OMT)

Turismo interior

El *turismo interior* engloba el *turismo interno* y el *turismo receptor*, a saber, las actividades realizadas por los *visitantes* residentes y no residentes en el *país de referencia*, como parte de sus *viajes turísticos* internos o internacionales. Organización Mundial de Turismo (OMT)

Turismo internacional

El *turismo internacional* incluye el *turismo receptor* y el *turismo emisor*, es decir, las actividades realizadas por los *visitantes* residentes fuera del *país de referencia*, como parte de sus *viajes turísticos* internos o emisores, y las actividades realizadas por los *visitantes* no residentes en el *país de referencia*, como parte de sus *viajes turísticos* receptores. (OMT)

Turismo interno

El *turismo interno* incluye las actividades realizadas por un *visitante* residente en el *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico* interno o de un *viaje turístico* emisor. (OMT)

Turismo nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores. (OMT)

Turismo receptor

Engloba las actividades realizadas por un *visitante* no residente en el *país de referencia*, como parte de un *viaje turístico* receptor. (OMT)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Ortiz et al, (2006) se refieren a que la investigación se determina con base en el aspecto que se pretende abordar respecto del objeto de estudio, así se tiene que el trabajo que se plantea es de tipo descriptivo, ya que se especifican características de las empresas de economía social. En el mismo se miden diversos aspectos, dimensiones tales como el turismo rural, patrimonial y cultural del hecho a investigar. En el estudio de manera independiente se miden conceptos o variables: promoción, desarrollo agroecoturístico, entre otros con la mayor precisión posible, una vez conocida el área que se investiga.

Tipo de Investigación

El presente trabajo se sitúa en la modalidad de Proyecto Factible, que consiste según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL.2003):

En la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales, puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El Proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p. 16)

En relación a la cual (Barrios, 2005) señala que el proyecto factible comprende las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución y análisis.

Sobre la investigación, la UPEL (2003), señala que el Proyecto Factible se realiza en tres fases: a) la fase diagnóstica, apoyada en una investigación

documental y en una investigación de campo para la detección de necesidades; b) la fase de elaboración de la propuesta, que puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos con el propósito de satisfacer las necesidades detectadas en los sujetos de estudio, y, c) la fase de evaluación de la factibilidad, que se centra en la determinación del apoyo de los responsables. (p. 281-282).

Metodología Establecida para la Fase de Detección de la problemática

Para detectar y jerarquizar los problemas de tipo social existentes en la población de Niquitao, en una Fase Preliminar, se procedió a la promoción de la investigación con el principal objetivo de que la población conociera del trabajo a llevarse a cabo en la parroquia, sensibilizando a las personas para su participación activa en el trabajo a realizar; esta etapa promocional se llevó a cabo a través de anuncios de radio, reuniones con la Dirección de Turismo de la Alcaldía del municipio Boconó, entrevistas claves, reuniones y asambleas con líderes comunitarios

Fase 1. Diagnóstico Participativo Comunitario

En esta fase se inició el trabajo de campo por lo cual se elaboró la planilla para la diagnosis, con el objetivo de conocer la realidad en la que viven los habitantes de la parroquia, siempre desde su propia perspectiva y con la aplicación de técnicas participativas que garantizaran tener “un retrato” de la situación actual de todos los componentes del desarrollo.

Para lo cual se realizaron reuniones con líderes de la comunidad y asambleas comunitarias, conforme a los siguientes pasos: a) se visitó al Alcalde y se le notificó a fecha de la primera jornada comunitaria con

representantes del sector organizado y no organizado de la comunidad; b) se efectuó una reunión con representantes de la comunidad en la que se les presentó el proceso y se elaboró una agenda de trabajo; c) se convocó por escrito y a través de la radio a todo el colectivo de la parroquia.

Además, d) se recopilaron datos comunitarios; e) se entrevistó en forma individual a personas claves de la comunidad; se efectuó una asamblea comunitaria, con participación de grupos organizados, personas no organizadas, hombres y mujeres, jóvenes y mayores claves, en la cual se solicitó a los asistentes aportar los datos solicitados en la planilla previamente diseñada para el conocimiento y jerarquía de la problemática detectada a juicio de los asistentes.

Resultado del Diagnostico

En la sede de la Escuela Bolivariana Pbro. José Ricardo Gamboa de Niquitao, fecha y hora convenida se realizó una reunión con la asistencia de 61 habitantes de la comunidad se procedió a definir algunos de los problemas y necesidades de Niquitao, utilizando para ello como herramienta de calidad la lluvia de ideas, la cual es definida por Ishikawa (2007:47) como aquella donde las personas que asisten a un encuentro expresan sus ideas libremente.

Los participantes realizaron una reflexión sobre las distintas problemáticas y se procedió a la selección del problema a ser abordado en el proyecto; en tal razón, una vez listadas las problemáticas se sometieron a votación para identificar el número de personas de acuerdo con cada proposición problemática, pudiendo votar cada uno de los presentes por uno o varios de los problemas, y con los datos aportados, al sumar los votos obtenidos por los principales problemas, se evidenció que la problemática

más votada y en consecuencia de mayor jerarquía para ser abordada en el proyecto de Desarrollo Regional, fue la falta de promoción al turismo que se puede realizar en Niquitao.

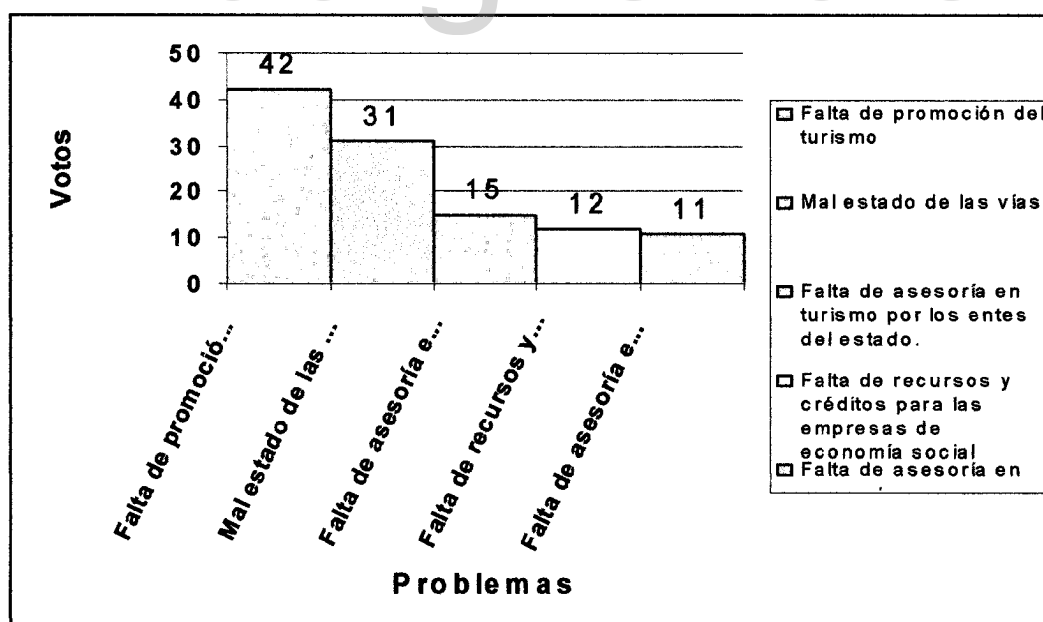
A continuación se presentan tabulados y graficados según el diagrama de Pareto, (2001) los resultados obtenidos.

CUADRO N° 1. VOTACIÓN DE LOS PROBLEMAS

Problemática	Votos	%
Falta de promoción del turismo	42	37,84
Mal estado de las vías	31	27,93
Falta de asesoría en turismo	15	13,51
Falta de recursos y créditos para las cooperativas	12	10,81
Falta de asesoría en proyectos	11	9,91
Total de votos emitidos	111	100,00

Fuente: Asamblea realizada (2012)

Gráfico 1. Diagrama de Pareto para jerarquizar problemáticas



Fuente: Asamblea realizada (2012)

Recolección de la información sobre el problema seleccionado

Se efectuó inicialmente la subfase de investigación documental, en cuya recolección de datos se utilizó la técnica de “observación documental o bibliográfica”, la cual, según Bavaresco de Prieto, (2007, p.99), consistente en la recopilación de información acerca de los fundamentos teóricos relacionados con la promoción del agro-ecoturismo, la capacitación, la motivación y las empresas de economía social, a fin de ampliar los conocimientos con el apoyo de información difundida especialmente por medios electrónicos, impresos, o audiovisuales.

Una vez recabada la información teórica, se procedió a una sub-fase de investigación de campo, sobre la cual destaca Barrios, (2005), que “la investigación de campo consiste en el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos. La investigación de campo, de acuerdo a la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2003), consiste en:

“El análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas o efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.”(p. 14)

Por tal razón se realizó el diseño del instrumento para la recolección de la información en esta subfase de investigación de campo, con dos cuestionarios tipo encuesta, contentivos de quince (15) preguntas abiertas y once (11) del tipo selección simple correspondientes a las tipologías descritas por Hernández, Fernández y Baptista (2000), para ser aplicado el primero de ellos denominado I(1) a los potenciales promotores del turismo en la población de Niquitao y el segundo denominado I(2) a funcionarios de

organismos públicos y de organización social con pertinencia en el desarrollo del turismo en la región.

Para la objetivación del proyecto factible, se definió la población la cual, según Malavé, (citado por Chávez, 2001:72) es definida como “el conjunto total de individuos a estudiar, poseedores de una o más características en común, representan un grupo de sujetos en estudio y hasta esta población se generalizan los resultados de la investigación”.

En el presente estudio, la población objeto de investigación está definida por dos subconjuntos, el primero conformado por los mil novecientos un (1901) habitantes de Niquitao,

Adicionalmente, el segundo subconjunto de la población estuvo integrado por un total de ochenta y una (81) personas integrantes de las siguientes instituciones: consejo comunal “Batalla de Niquitao”, casa de la cultura, escuela de bailes tradicionales autóctonos, escuela de música “Don Sebastián Moreno”, museo comunitario “Mons. Jáuregui”, asociación civil “Hermanos Montilla”, radio comunitaria “Voces de Niquitao”, cooperativa de servicios múltiples “San Bernabé”, cooperativa de transporte “Brisas de Niquitao”, cooperativa “Mujeres productiva”, empresas del tercer sector y prestadoras de servicios relacionados con el turismo en Niquitao; además de la oficina de turismo de la Alcaldía del municipio Boconó y la Corporación de Turismo del estado Trujillo (CORPOTURISMO).

Consecuentes con el tamaño de la población, se procedió a determinar la muestra que según Lin (1999), en los estudios estadísticos, la muestra “es un subconjunto representativo de la población que posee los mismos atributos definatorios y los resultados de la investigación realizada sobre sus elementos se pueden inferir o proyectar al resto de la población”.

A los efectos de este proyecto factible, se toman como muestras para

cada uno de los subconjuntos que conforman la población, un grupo de elementos con un número de integrantes determinado mediante la aplicación de la fórmula propuesta por Sierra Bravo y recomendada por Chávez (2001: p.127) donde los elementos de las muestras son tomados en forma aleatoria.

En tal sentido, para el subconjunto de la población integrado por los mil novecientos un (1901) habitantes del pueblo de Niquitao, el tamaño de la muestra representativa del mismo se determinó mediante la aplicación de la fórmula según la siguiente expresión:

$$n = \frac{4 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2 (N - 1) + 4 \cdot P \cdot Q}$$

En la cual:

n = el tamaño de la Muestra o número de elementos a ser consultados en el subconjunto de alumnos(as).

N = población o total de elementos del universo a estudiar: 1901 habitantes de Niquitao.

P y **Q** = valores de probabilidad, considerado 0.5, en igualdad de oportunidades.

E = El margen de error seleccionado, con valor de 0.1 (10 %).

Sustituyendo, para determinar el tamaño de la muestra del primer subconjunto se tiene:

$$n = \frac{4 (1901) \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2 (1900) + 4 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1901}{19 + 1} = \frac{1901}{20} = 95,01$$

Valor que se redondea por exceso a 95 habitantes a consultar en la población de Niquitao.

En forma similar, para el subconjunto de la población integrado por los ochenta y una (81) personas integrantes de las organizaciones con pertinencia en la promoción del turismo rural en Niquitao, el tamaño de la muestra representativa del mismo se determinó mediante la aplicación de la misma fórmula del subconjunto anterior: Al sustituir se tiene:

$$n = \frac{4(81)0.5 \times 0.5}{0.1^2(60) + 4 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{81}{0,8 + 1} = \frac{81}{1,6} = 45$$

Por tanto se deben encuestar 45 integrantes de las organizaciones con pertinencia en el turismo de Niquitao.

Vale aclarar que, en este proyecto factible, para obtener la información requerida en la investigación, se utilizó la técnica de la encuesta para ambos sub-conjuntos de la población y como instrumento el cuestionario, descrito por Malavé, (citado por Chávez 2001:81) como el que “contiene aquellos aspectos del fenómeno a estudiar considerados pertinentes a la investigación”; en este sentido, para elaborar el cuestionario se tomaron en cuenta los objetivos como orientadores del propósito y meta del estudio y los indicadores señalados en el cuadro de sistematización de las variables como aspectos a consultar en cada uno de los reactivos o Ítem integrantes del instrumento.

Es así como la recolección de la información aportada por posibles promotores y funcionarios de dependencias públicas con pertinencia en el turismo se realizó utilizando un cuestionario estructurado I(1); conformado por quince (15) preguntas abiertas y once (11) preguntas de selección simple, estas últimas con cinco alternativas de selección (Siempre, Casi siempre, Algunas veces, Casi nunca y nunca), el cual se aplicó con el

propósito de verificar y precisar la opinión de los encuestados con respecto a los objetivos previstos.

En forma análoga, se utilizó un cuestionario I(2) contentivo de 12 preguntas abiertas, aplicado a turistas y visitantes durante la temporada de semana santa de 2012, para precisar la opinión

Como requerimiento metodológico, antes de su aplicación se procedió a la validación de los instrumentos para la recolección de información, en tal sentido, en la validación de los instrumentos se utiliza el proceso de aprobación por juicio de expertos especialistas, quienes establecen la conveniencia del instrumento a ser aplicado de acuerdo con los objetivos de la investigación y las características a cumplir por el cuestionario.

Después de aplicado el instrumento de recolección de información, se procedió a la tabulación de los datos, los cuales fueron analizados estadísticamente, por cada ítem en distribuciones de frecuencias simples y su correspondiente valor porcentual para luego ser llevado a cuadros y gráficos con el fin de analizar el comportamiento estadístico y determinar las fortalezas y debilidades en relación a la problemática en estudio.

La información obtenida además de ser utilizada en el análisis FODA, sirvió de fundamento en el diseño de un plan estratégico para proporcionar la capacitación que requieren las personas jurídicas y naturales de la parroquia Mons. Jáuregui, municipio Boconó, estado Trujillo para la promoción del agro-ecoturismo con empresas de economía social en Niquitao.

Fase de elaboración de la propuesta.

En esta fase una vez que se tabularon y graficaron los datos para observar su comportamiento tanto cualitativo como cuantitativo estos

servieron de fundamento en la elaboración de las matrices de análisis y con el resultado del análisis se procedió a la elaboración de la propuesta.

Por otra parte, dicha propuesta constituye la guía de acciones que deberán llevar a cabo las organizaciones comunales, sociedad civil, empresas de economía social, instituciones y población, para garantizar la adecuada promoción del agro-ecoturismo de Niquitao con empresas de economía social.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO IV

RESULTADOS OBTENIDOS.

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos a los sujetos ya previamente identificados, en atención a la metodología de investigación descrita previamente en el Capítulo III de esta investigación, se tabularon y analizaron los datos levantados, obteniéndose los siguientes resultados que se muestran a continuación:

Ítem 1

¿Cuáles sitios tiene Niquitao donde llevar a turistas y visitantes?

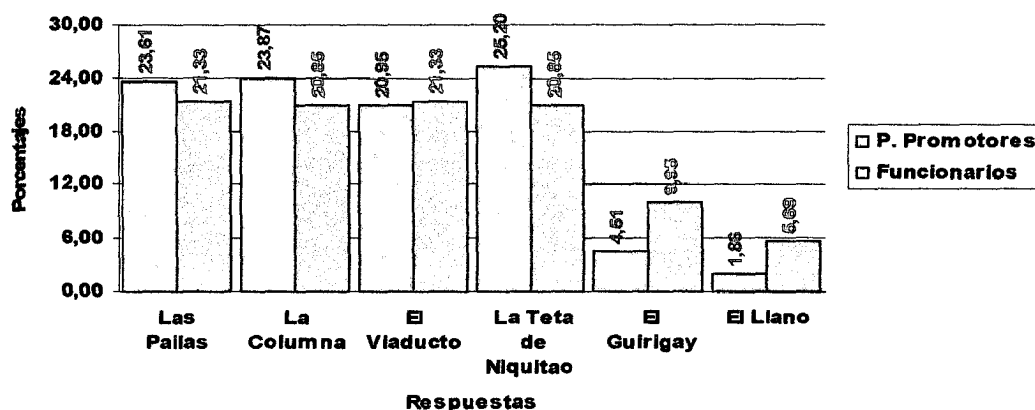
Cuadro N° 2 Sitios Interesantes

	P. Promotores		Funcionarios	
	Opiniones	Porcentaje	Opiniones	Porcentaje
Las Pailas	89	23,61	45	21,33
La Columna	90	23,87	44	20,85
El Viaducto	79	20,95	45	21,33
La Teta de Niquitao	95	25,20	44	20,85
El Guirigay	17	4,51	21	9,95
El Llano	7	1,86	12	5,69
Total	377	100	211	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 2 Sitios Interesantes

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Es posible observar en los resultados que existe una opinión homogénea entre los posibles promotores del agro ecoturismo en Niquitao y los funcionarios de la Oficina de Turismo en la Alcaldía de Boconó, la Corporación Trujillana de Turismo, Fondo Mixto de Turismo, sobre los sitios considerados de mayor atractivo para turistas y visitantes de este destino turístico. Siendo Las Pailas, La Columna, El Viaducto y La Teta de Niquitao los sitios de mayor potencial en opinión de cerca de la quinta parte de los encuestados de cada grupo.

En ese sentido le corresponde a: El Guirigay y El Llano una menor valoración tanto por los posibles promotores como por los funcionarios. Ello se considera como una Fortaleza del poblado en vista de la variedad de alternativas, donde para el disfrute de cada uno de estos parajes se requiere disponer de una jornada de paseo.

Ítem 2

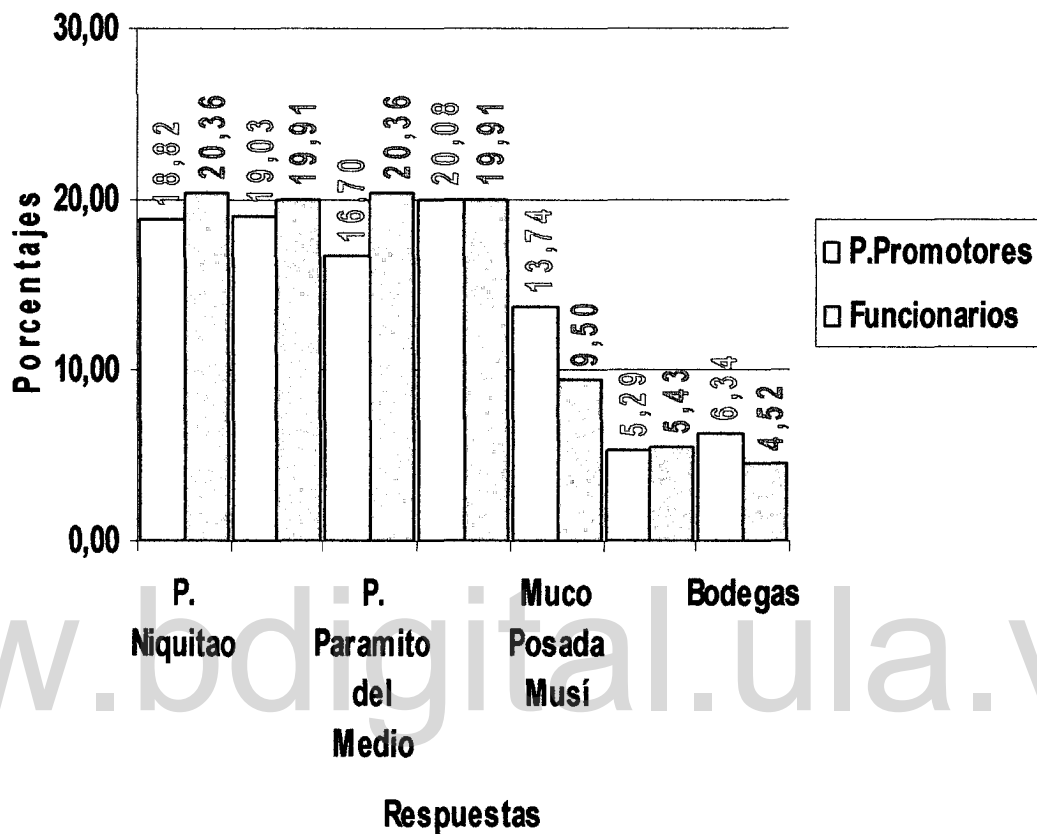
¿Dónde se pueden hospedar y disfrutar de comida criolla los turistas y visitantes de Niquitao?

Cuadro N° 3 Hospedaje y comida criolla

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
P. Niquitao	89	18,82	45	20,36
P. Guirigay	90	19,03	44	19,91
P. Paramito del Medio	79	16,70	45	20,36
P. Don Jerez	95	20,08	44	19,91
Muco Posada Musí	65	13,74	21	9,50
Casas de familia	25	5,29	12	5,43
Bodegas	30	6,34	10	4,52
Total	473	100	221	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 3 Hospedaje y comida criolla
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Vistos los resultados obtenidos al consultar a los posibles promotores y a funcionarios de entes con competencia en turismo, se puede inferir la existencia de seis (06) posadas, donde se oferta hospedaje y comida criolla; las más reconocidas por los encuestados son P. Niquitao, P. Guirigay, P. Paramito del Medio, y P. Don Jerez; siendo la menos considerada la Muco Posada Musí. Además, para algunos se puede ofrecer estos servicios en Casas de familia; sugiriendo a las bodegas del pueblo para comer productos típicos. Ello representa una fortaleza, en atención a turistas que desean disponer de una habitación para descansar, o consumir comida criolla.

Ítem 3

¿Cómo se encuentran las vías hasta los sitios para mostrar a turistas y visitantes de Niquitao?

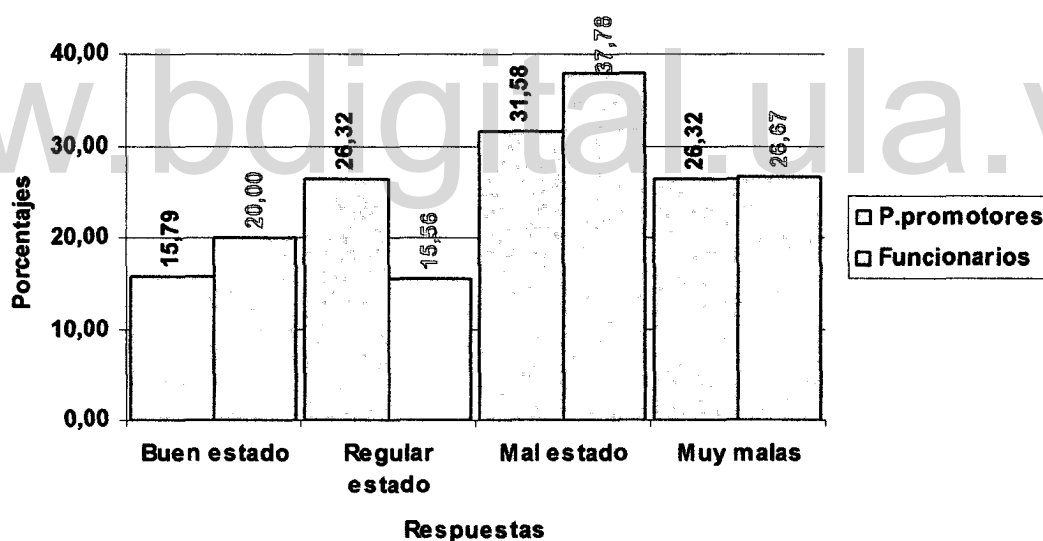
Cuadro N° 4 Vías de Comunicación

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Buen estado	15	15,79	9	20,00
Regular estado	25	26,32	7	15,56
Mal estado	30	31,58	17	37,78
Muy malas	25	26,32	12	26,67
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 4 Vías de Comunicación

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Al analizar las respuestas dadas a la interrogante sobre el estado de las vías hasta los sitios turísticos de Niquitao, se puede inferir que esto es una debilidad para la práctica del turismo; pues el mayor porcentaje de los encuestados valoran entre mal y muy mal las condiciones de las carreteras;

sólo la quinta parte de dichos grupos las consideran en buen estado; mientras para cerca del veinticinco por ciento están en regulares condiciones.

Ítem 4

¿Por qué cree usted, vendrían turistas y visitantes a Niquitao?

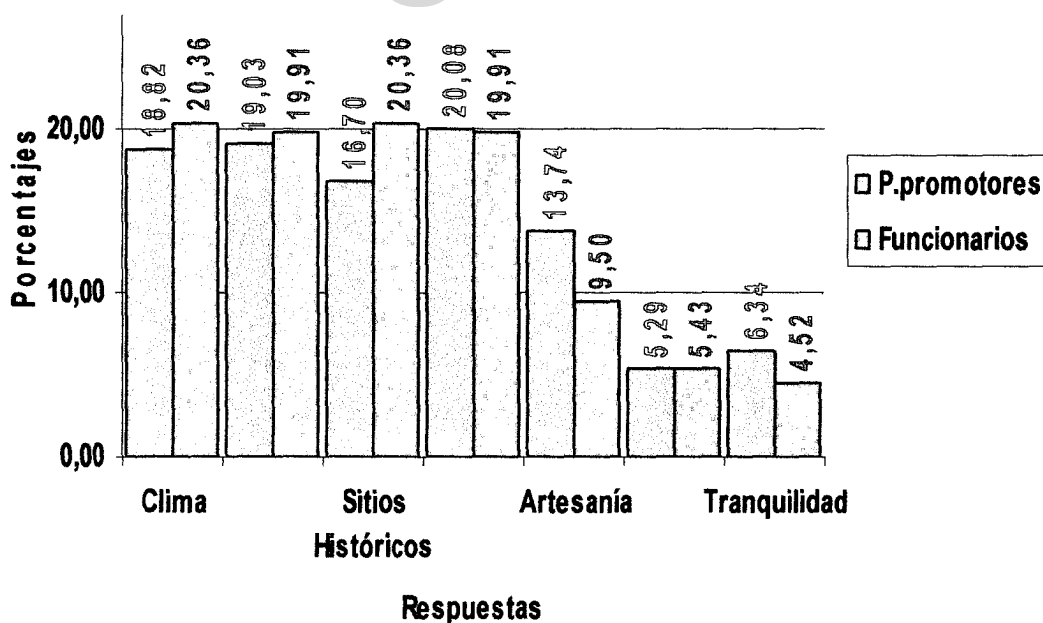
Cuadro N° 5 Razones para visitar

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Clima	89	18,82	45	20,36
Paisaje	90	19,03	44	19,91
Sitios Históricos	79	16,70	45	20,36
La gente	95	20,08	44	19,91
Artesanía	65	13,74	21	9,50
Gastronomía	25	5,29	12	5,43
Tranquilidad	30	6,34	10	4,52
Total	473	100	221	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 5 Razones para visitar

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Del número de votos tabulados, se infiere como las potencialidades turísticas más significativas del pueblo son el clima, paisaje, sitios históricos y habitantes mientras artesanía, gastronomía y la tranquilidad del ambiente fueron valoradas como aspectos menos importantes. Lo anterior, es indicativo de la necesidad de potenciar la oferta de productos típicos, junto al comportamiento ciudadano mediante la promoción del agro ecoturismo en Niquitao con la finalidad de atraer a turistas y visitantes.

Ítem 5

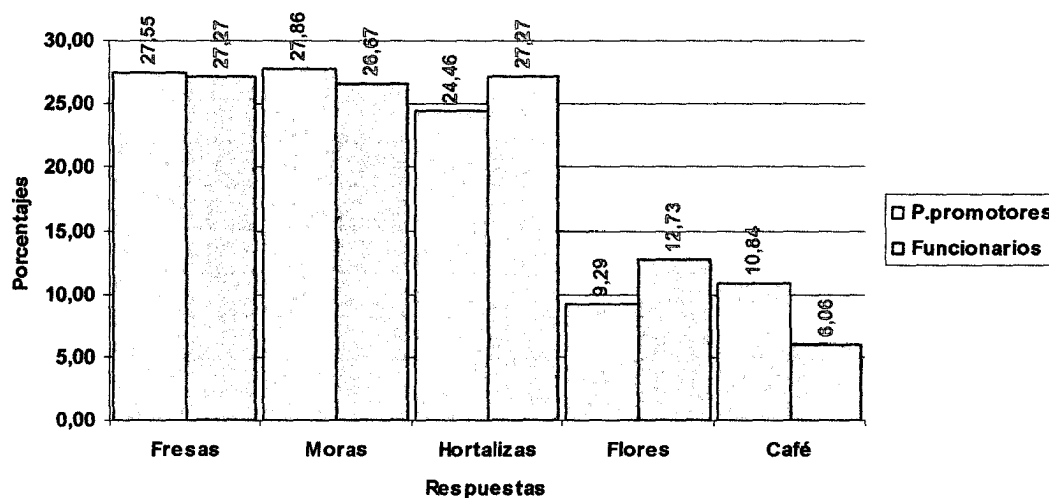
¿Qué siembras o cultivos se les pudiera mostrar como interesantes a turistas y visitantes de Niquitao?

Cuadro N° 6 Siembras Interesantes

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Fresas	89	27,55	45	27,27
Moras	90	27,86	44	26,67
Hortalizas	79	24,46	45	27,27
Flores	30	9,29	21	12,73
Café	35	10,84	10	6,06
Total	323	100	165	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 6 Siembras Interesantes
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En opinión de las muestras encuestadas, los cultivos emblemáticos de Niquitao son Fresas, Moras, Hortalizas y de menor relevancia se consideran Flores y Café; es importante dicha apreciación como elementos significativos para la promoción del agro ecoturismo, pues es particularmente escaso, en el agro venezolano, el cultivo de las frutas abundantes en este poblado rural.

Ítem 6

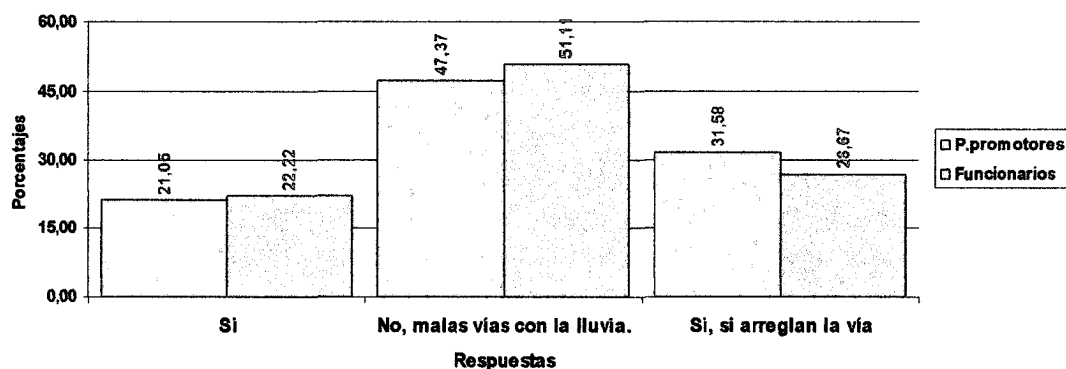
¿Se pudieran traer en cualquier fecha a turistas y visitantes para Niquitao? ¿Por qué?

Cuadro N° 7 Traer turistas

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Si	20	21,05	10	22,22
No, malas vías con lluvia.	45	47,37	23	51,11
Si, si arreglan la vía	30	31,58	12	26,67
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 7 Traer Turistas
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Los votos emitidos por las muestras encuestadas ponen en evidencia la limitante para traer turistas y visitantes a Niquitao durante todos los meses del año, representada fundamentalmente por las condiciones de las vías terrestres en época de lluvia; esto se valora como una debilidad para la promoción del agro ecoturismo, entre otras razones, por convertirse en una actividad de temporada no previsible y en algunos casos desmotivadora para quienes experimentan las dificultades debidas a las inestables condiciones de las vías de acceso a los diferentes sitios considerados como potencialidades turísticas.

Ítem 7

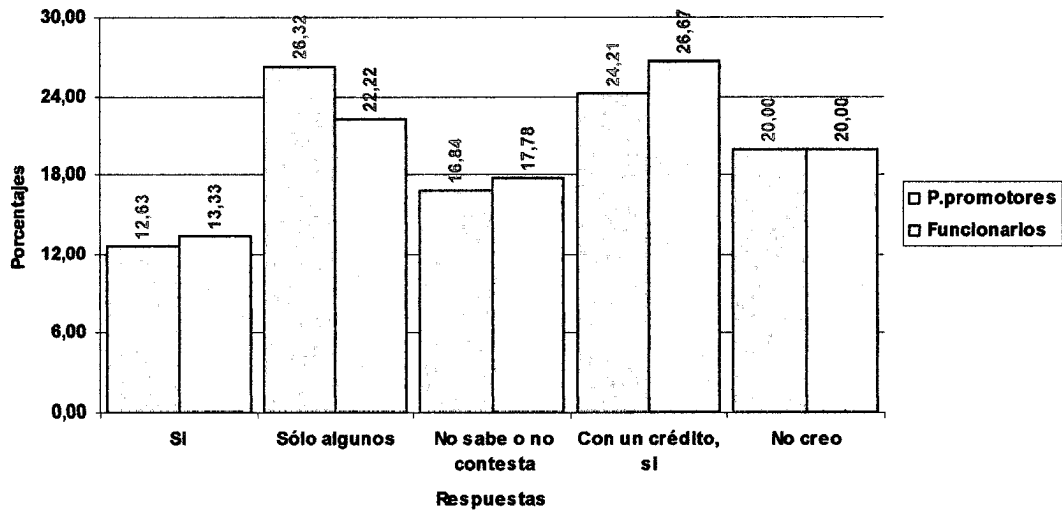
¿Estaría interesada la comunidad en construir sitios para que se hospedaran turistas y visitantes a Niquitao?,

Cuadro N° 8 Interés en Infraestructura

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Si	12	12,63	6	13,33
Sólo algunos	25	26,32	10	22,22
No sabe o no contesta	16	16,84	8	17,78
Con un crédito, si	23	24,21	12	26,67
No creo	19	20,00	9	20,00
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 8 Interés en Infraestructura
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

De los votos obtenidos al encuestar tanto posibles promotores como funcionarios de entes con competencia en el área; se puede inferir como para cerca de la mitad de cada una de las muestras, la posibilidad de invertir en infraestructura turística es condicionada a sólo algunos o la consecución de apoyo crediticio; apenas, cerca de un trece por ciento (13%) de ambas muestras contestó afirmativamente a la interrogante sobre si estaría interesada la comunidad en construir sitios para el hospedaje de turistas y visitantes a Niquitao.

Al respecto, sobre el condicionamiento a la consecución de apalancamiento financiero mediante apoyo crediticio, es preocupante la percepción de los posibles promotores y funcionarios encuestados, sobre el poco interés de los organismos oficiales en fomentar la construcción de un mayor número de posadas mediante empresas de economía social, pues este factor por ser limitantes se valora como una amenaza para la promoción del agro ecoturismo como actividad generadora de beneficios para la mayoría de los pobladores de Niquitao, parroquia Mons. Jáuregui de Boconó.

Ítem 8

¿Qué impediría traer turistas y visitantes a Niquitao?

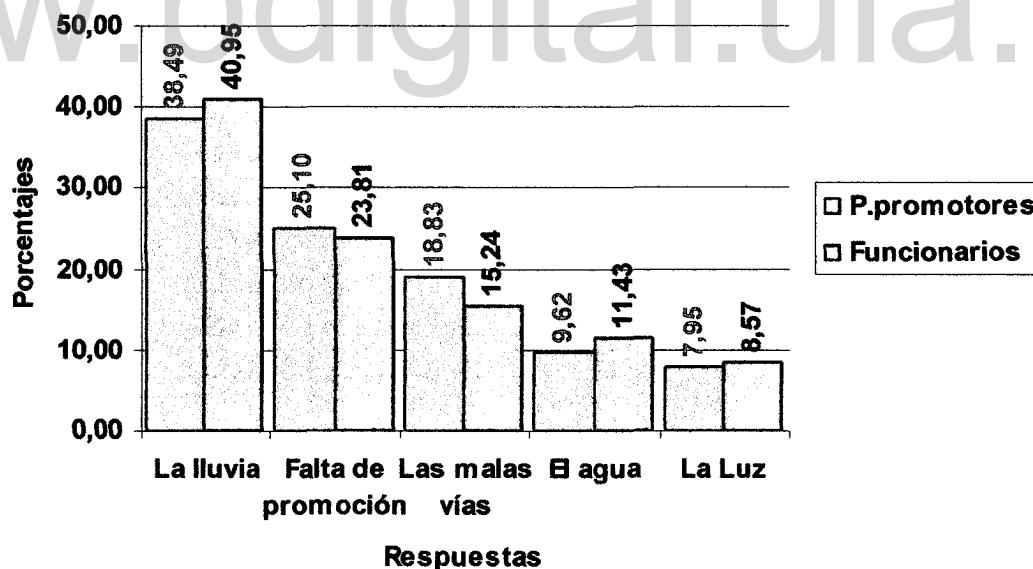
Cuadro N° 9 Impedimentos

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
La lluvia	92	38,49	43	40,95
Falta de promoción	60	25,10	25	23,81
Las malas vías	45	18,83	16	15,24
El agua	23	9,62	12	11,43
La Luz	19	7,95	9	8,57
Total	239	100	105	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 9 Impedimentos

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

De los votos obtenidos por los diferentes impedimentos señalados por los integrantes de las muestras encuestadas, como limitantes para la llegada

de turistas y visitantes a Niquitao, se puede observar como los efectos causados por la lluvia es el más importante, seguido por la falta de promoción de la actividad turística (aproximadamente la cuarta parte del número de votos de cada muestra), junto al estado de la vialidad causante de preocupación para el 15,24% de los funcionarios y el 18,83% de los posibles promotores; mientras el resto de los encuestados votó por las deficiencias en algunos servicios públicos (agua, luz) como debilidades para el turismo de Niquitao.

Al respecto, la existencia de un promedio cercano al 25% de los votos de cada grupo encuestado, los cuales valoran la falta de promoción como un impedimento para traer turistas y visitantes, justifica la presentación de la propuesta a obtener en este proyecto sobre un plan de promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

Ítem 9

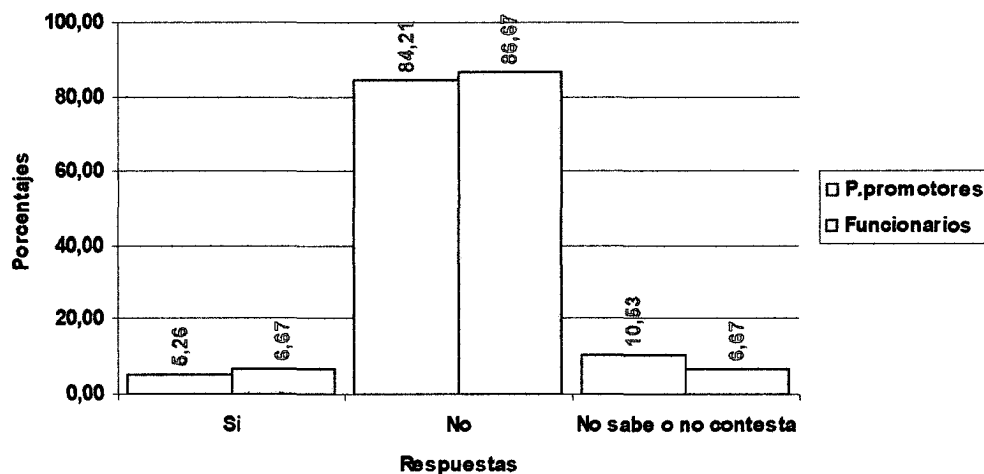
¿El gobierno asesora algunos proyectos para constituir nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos que puedan interesar a turistas y visitantes a Niquitao?, ¿Cuáles?, ¿Por qué?

Cuadro N° 10 Asesoría gubernamental

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Si	5	5,26	3	6,67
No	80	84,21	39	86,67
No sabe o no contesta	10	10,53	3	6,67
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 10 Asesoría gubernamental
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Los integrantes de las muestras encuestadas fueron enfáticos en sus respuestas, las cuales al ser agrupadas indican la inexistencia de asesoría para la elaboración de proyectos sobre la conformación de empresas de economía social, de inversión pública o privada para construir infraestructura requerida para el turismo. Ello se constituye en una amenaza para la eficiente promoción del agro ecoturismo en Niquitao; barrera a vencer con la ayuda del plan promocional propuesto en la presente investigación.

Ítem 10

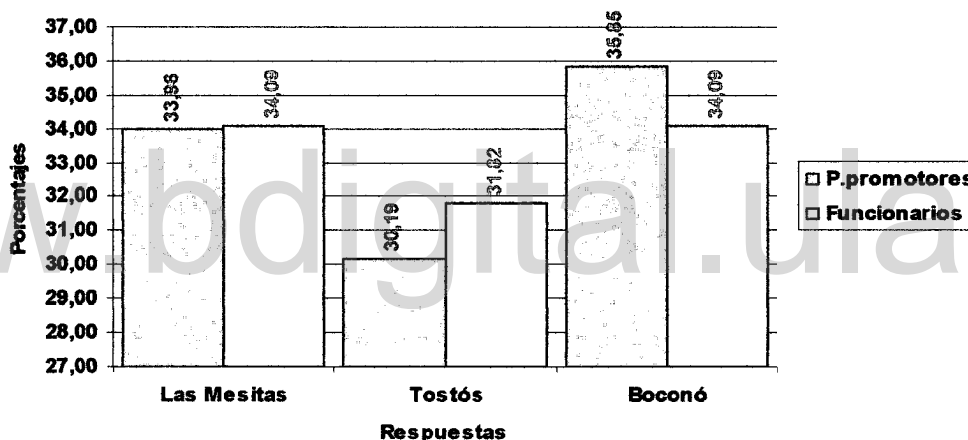
¿Qué pueblos cercanos fuera de Niquitao son atractivos a turistas y visitantes que lleguen a Boconó?

Cuadro N° 11 Pueblos cercanos

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Las Mesitas	90	33,96	45	34,09
Tostós	80	30,19	42	31,82
Boconó	95	35,85	45	34,09
Total	260	100	132	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 11 Pueblos cercanos
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Los resultados tabulados ponen en evidencia como en opinión de los consultados de ambas muestras, Boconó y las Mesitas son las poblaciones turísticas cercanas las cuales pudieran representar potenciales competidoras en cuanto a destino de turistas y visitantes; sin embargo, conviene aclarar que los cuatro poblados están unidos por el mismo tramo carretero, constituyendo el eje turístico Boconó, Tostós, Niquitao, Las Mesitas; pero cada uno con potencialidades diferentes. En este sentido, Boconó es un ambiente urbano con atractivos naturales en su periferia y durante temporada de Carnaval tiene manifestaciones culturales importantes como el gran

desfile de carrozas y comparsas; sin ser competidor en agro ecoturismo.

Por su parte, Tostós posee atractivos turísticos religiosos y una agricultura basada en el cultivo de cafetos, actividad de poco potencial agro eco turístico. Más allá, al final del eje señalado, está la comunidad de Las Mesitas, la cual cuenta con algunas manifestaciones religiosas, sembradíos de hortalizas, y atractivos paisajes, por tanto se puede considerar como el segundo competidor en agro ecoturismo; pues, para llegar a esta población, el turista debe pasar por Niquitao, lo que representa una oportunidad para la promoción del agro ecoturismo de este último.

Ítem 11

¿Tienen servicios básicos los albergues y posadas? ¿En qué condición?

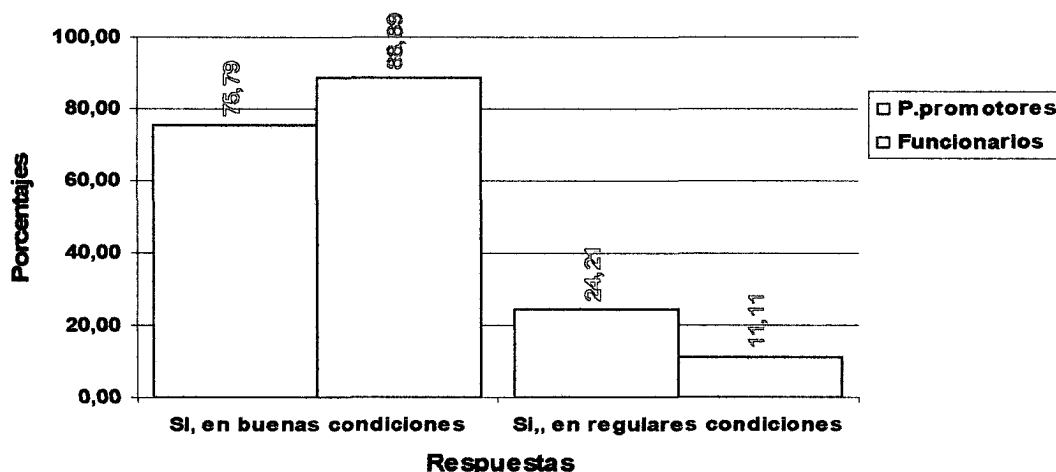
Cuadro N° 12 Dotación de hospedajes

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Si, en buenas condiciones	72	75,79	40	88,89
Si, en regulares condiciones	23	24,21	5	11,11
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 12 Dotación de hospedajes

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Se infiere de la opinión, tanto de posibles promotores como de funcionarios (75,79% y 88,89 % respectivamente) que los albergues y posadas tienen servicios básicos en buenas condiciones; el resto de los encuestadas (24,21 % y 11,11 %) consideraron los servicios básicos de algunas de las instalaciones turísticas están en regulares condiciones. Por tanto, se puede evidenciar la existencia de servicios básicos adecuados en las posadas, aún cuando algunas de ellas deben mejorarlos; sin embargo, tal situación es una fortaleza del agro ecoturismo, debiendo ser promocionada y considerada en el plan de promoción objeto del presente proyecto factible.

Ítem 12

¿Cómo pagan los servicios los turistas y visitantes en Niquitao?

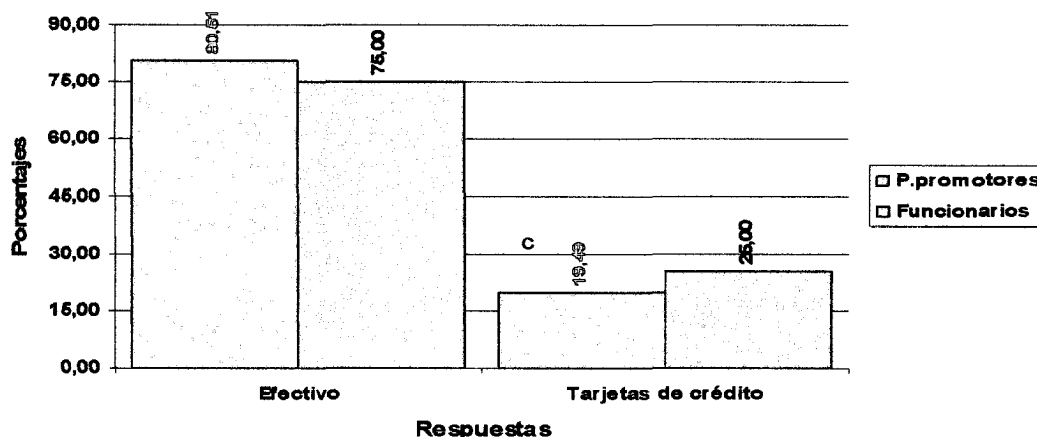
Cuadro Nº 13 Forma de Pago

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Efectivo	95	80,51	45	75,00
Tarjetas de crédito	23	19,49	15	25,00
Total	118	100	60	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico Nº 13 Forma de Pago

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Basándose en la información recabada, es posible afirmar como el pago en efectivo es la forma aceptada por la mayoría de los prestadores de servicios turísticos, sin embargo, tanto funcionarios como posibles promotores (con 25% y 19,49% respectivamente) afirmaron sobre la existencia de locales donde se aceptan tarjetas de crédito. Esto pese a ser una limitante, al no aceptar otras modalidades de pago existentes, es posible considerarla como una fortaleza menor del agro ecoturismo en Niquitao, la cual debe ser mejorada en el plan promocional objeto de esta investigación.

Ítem 13

¿Cuáles cooperativas registradas en SUNACOOOP hay en Niquitao?

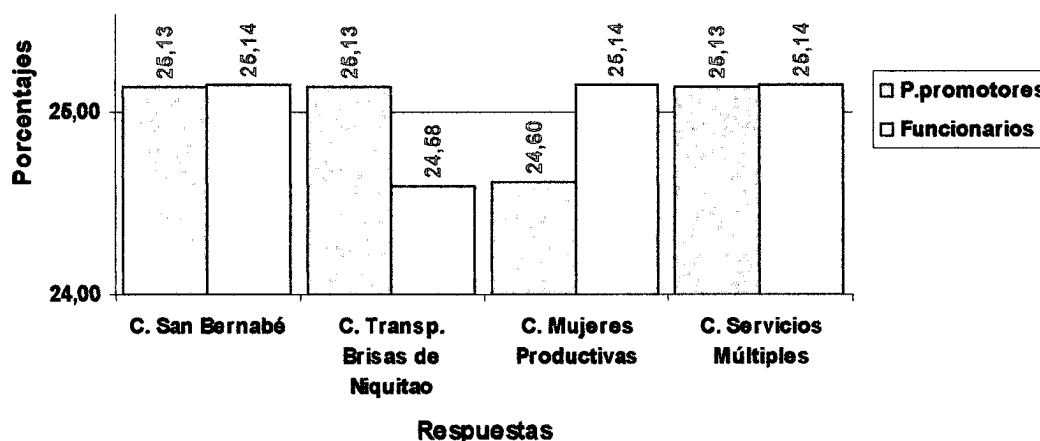
Cuadro N° 14 Cooperativas registradas

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
C. San Bernabé	95	25,13	45	25,14
C. Transp. Brisas de Niquitao	95	25,13	44	24,58
C. Mujeres Productivas	93	24,60	45	25,14
C. Servicios Múltiples	95	25,13	45	25,14
Total	378	100	179	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 14 Cooperativas registradas

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Los datos obtenidos se corresponden con la realidad constatada por el investigador, quien verificó que solamente las Cooperativas “San Bernabé”, “Transporte Brisas de Niquitao”, “Mujeres Productivas” y la de “Servicios Múltiples” son las empresas de economía social de Niquitao registradas ante SUNACOP. Esto representa una debilidad, pues sólo las dos primeras prestan servicios asociados al agro ecoturismo en Niquitao.

Ítem 14

¿Qué es para usted agroecoturismo?

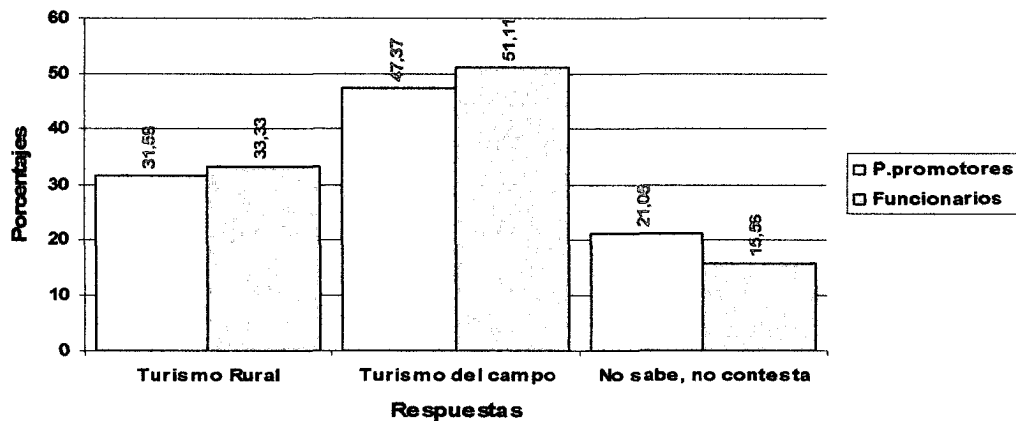
Cuadro N° 15 Concepto de agroecoturismo

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Turismo Rural	30	31,58	15	33,33
Turismo del campo	45	47,37	23	51,11
No sabe, no contesta	20	21,05	7	15,56
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 15 Concepto de agroecoturismo

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

De acuerdo a las respuestas dadas por los integrantes de las dos muestras encuestadas, más de las tres cuartas partes del número de sujetos, relacionan el agro turismo con el turismo rural o turismo de campo, lo cual es una fortaleza conceptual, pues mientras más claro es el concepto de una función, más se identifica el individuo con los objetivos a lograr; este aspecto se debe incluir en el plan para promoción del agroecoturismo en Niquitao.

Ítem 15

¿Qué entiende usted por ecoturismo?

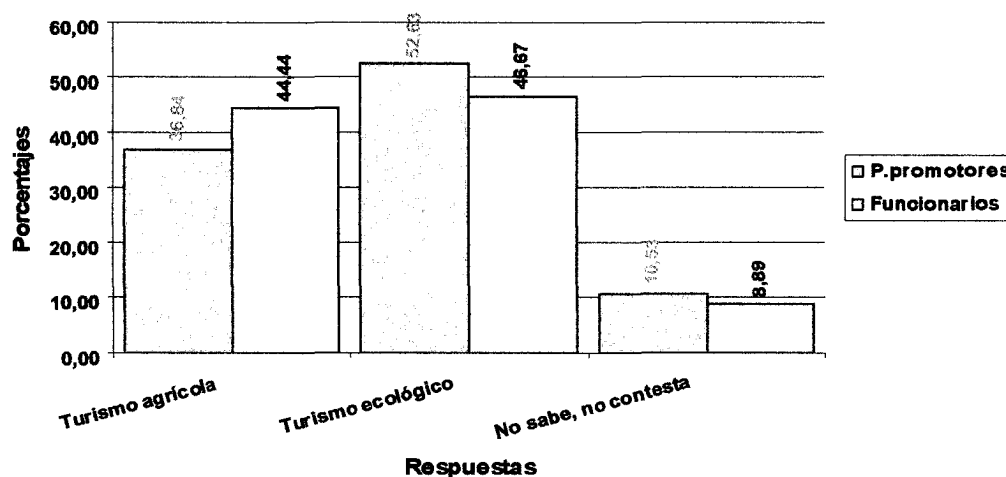
Cuadro N° 16 Concepto de ecoturismo

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Turismo agrícola	35	36,84	20	44,44
Turismo ecológico	50	52,63	21	46,67
No sabe, no contesta	10	10,53	4	8,89
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 16 Concepto ecoturismo.

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En las respuestas dadas con relación al concepto que tienen los posibles promotores y los funcionarios sobre el ecoturismo, se observa como 36,84% de los primeros y 44,44% de los segundos relaciona el significado del término con turismo agrícola; mientras 52,63% y 46,67% respectivamente interpretan ecoturismo como turismo ecológico. En cualquiera de los casos se evidencia la inexistencia de claridad sobre el significado de este tipo de turismo. Por tanto se debe incluir en el plan promocional lo referente a la capacitación de los promotores en los conceptos relacionados con el agro ecoturismo; pues se valora el conocimiento sobre ecoturismo como una debilidad menor de la promoción actual de la actividad turística.

Ítem 16

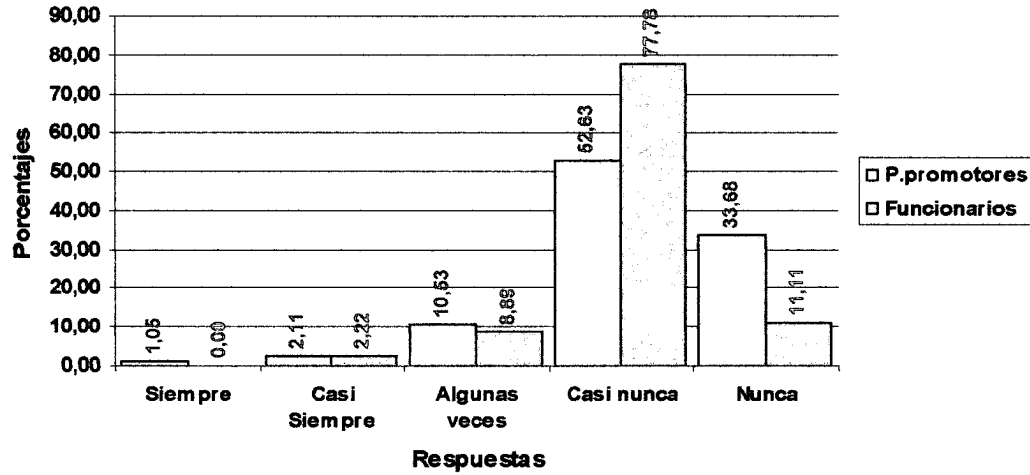
¿Cada cuanto tiempo se dictan charlas sobre turismo en Niquitao?

Cuadro N° 17. Dictado de Charlas

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	1	1,05	0	0,00
Casi Siempre (4)	2	2,11	1	2,22
Algunas veces (3)	10	10,53	4	8,89
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	32	33,68	5	11,11
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 17 Dictado de charlas.
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

El número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este Ítem un valor promedio de 1,84 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 2,02 según los funcionarios; que al promediarlos da 1,93 como calificación de la interrogante sobre la periodicidad en el dictado de charlas; lo cual tipifica la situación como mala de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III. En consecuencia tal situación debe mejorarse al aplicar las estrategias incluidas en el plan para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

Ítem 17

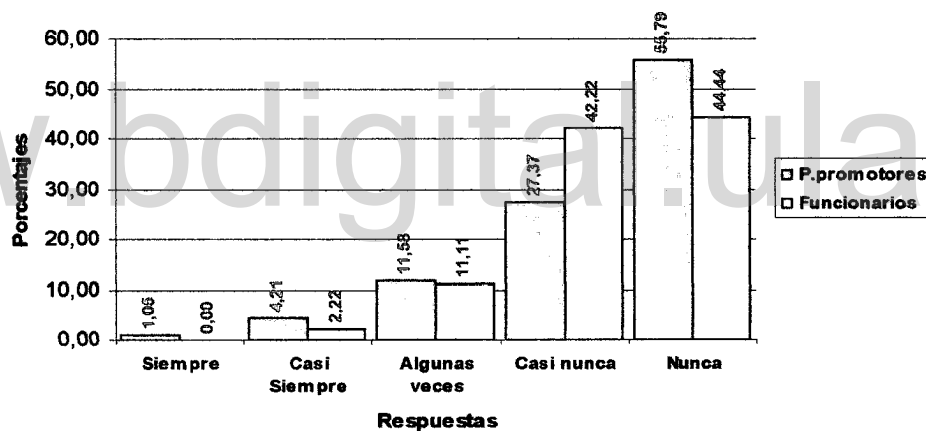
¿Cada cuánto tiempo se realizan talleres sobre promoción del turismo?

Cuadro N° 18 Talleres de capacitación

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	1	1,05	0	0,00
Casi Siempre (4)	4	4,21	1	2,22
Algunas veces (3)	11	11,58	5	11,11
Casi nunca (2)	26	27,37	19	42,22
Nunca (1)	53	55,79	20	44,44
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 18 Talleres de capacitación
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 16, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 17, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,67 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 1,71 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.69 como calificación de la interrogante ¿Cada cuánto tiempo se realizan talleres de capacitación, sobre cómo promocionar el turismo en Niquitao?; lo

cual tipifica la situación como mala de acuerdo al baremo del capítulo III. Tal situación debe mejorarse con el plan de promoción del agro ecoturismo.

Ítem 18

¿Cada cuánto tiempo se reparten boletines informativos para la promoción del turismo en Niquitao?

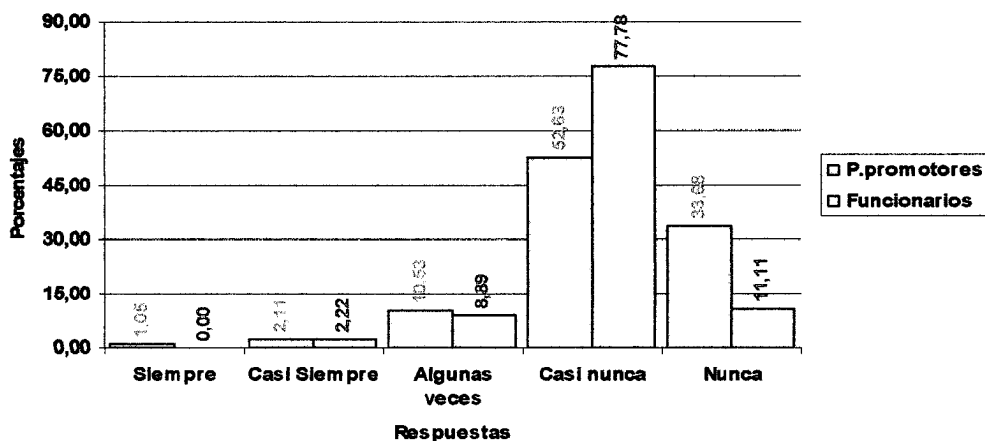
Cuadro N° 19 Boletines informativos

	P. promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	1	1,05	0	0,00
Casi Siempre (4)	2	2,11	1	2,22
Algunas veces (3)	10	10,53	4	8,89
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	32	33,68	5	11,11
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 19 Boletines informativos

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 17, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem

18, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,84 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 2,02 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.93 como calificación de la interrogante ¿Cada cuánto tiempo se reparten boletines informativos para la promoción del turismo en Niquitao? lo cual tipifica la situación como mala conforme al baremo señalado en el capítulo III Tal situación debe mejorarse aplicando el plan incluido en la propuesta.

Ítem 19

¿Con qué frecuencia se dictan cursos de cómo promocionar el turismo en Niquitao?

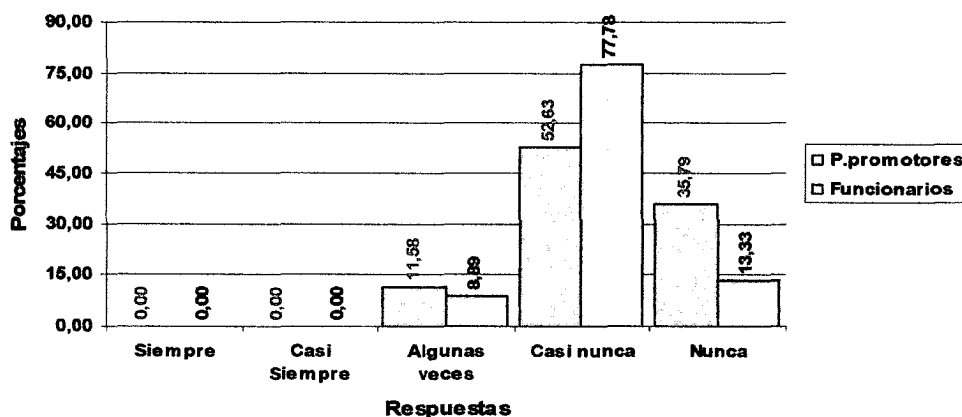
Cuadro N° 20 Cursos sobre promoción del turismo.

	P. promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	0	0,00	0	0,00
Casi Siempre (4)	0	0,00	0	0,00
Algunas veces (3)	11	11,58	4	8,89
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	34	35,79	6	13,33
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 20 Cursos sobre promoción del turismo.

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 18, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 19, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,76 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 1,96 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.86 como calificación de la interrogante ¿Con qué frecuencia se dictan cursos de cómo promocionar el turismo en Niquitao?; lo cual tipifica la situación como mala de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III

En consecuencia la deficiencia en capacitación debida a la falta del dictado de cursos acerca de cómo promocionar el turismo en general y el agro ecoturismo de Niquitao, parroquia Mons. Jáuregui de Boconó, en particular, debe mejorarse con la implementación de las estrategias del plan presentado en la propuesta de este proyecto factible.

Ítem 20

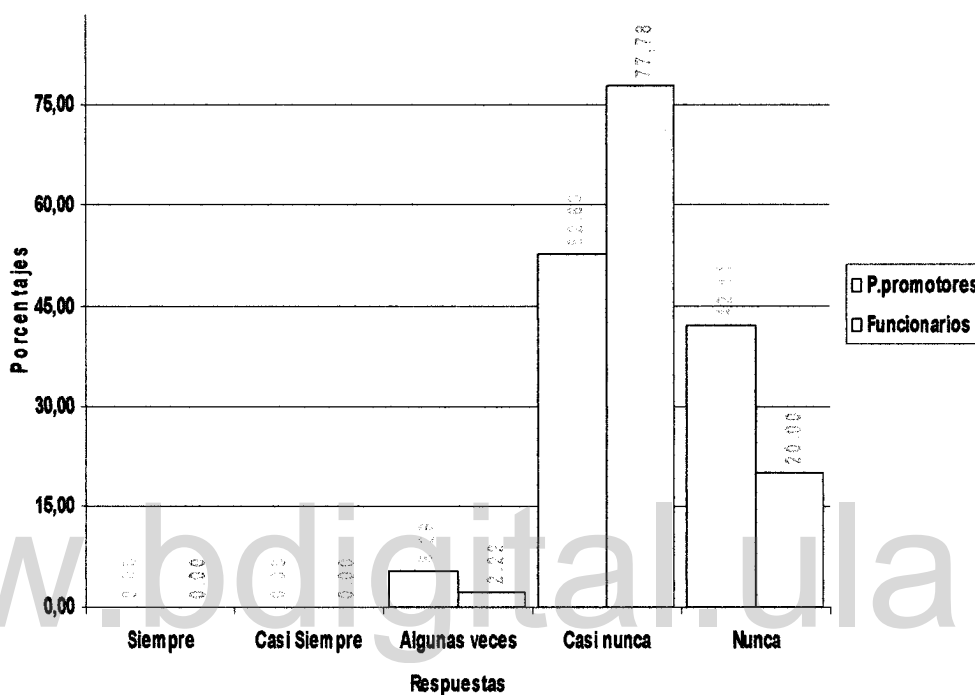
¿Cada cuánto tiempo las instituciones del estado ofrecen entrenamiento a la población para la promoción del turismo de Niquitao?

Cuadro N° 21 Entrenamiento para la promoción

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	0	0,00	0	0,00
Casi Siempre (4)	0	0,00	0	0,00
Algunas veces (3)	5	5,26	1	2,22
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	40	42,11	9	20,00
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 21 Entrenamiento para la promoción
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 19, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 20, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,63 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 1,82 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.725 como calificación de la interrogante ¿Cada cuánto tiempo las instituciones del estado ofrecen entrenamiento a la población para la promoción del turismo de Niquitao?.

La calificación de la pregunta sobre el entrenamiento recibido, la tipifica como mala de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III. En

consecuencia tal situación requiere ser mejorada, al aplicar las estrategias incluidas en el plan propuesto para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

Ítem 21

¿Con que frecuencia se utiliza la promoción del turismo para dar a conocer las costumbres y forma de vida del pueblo de Niquitao?

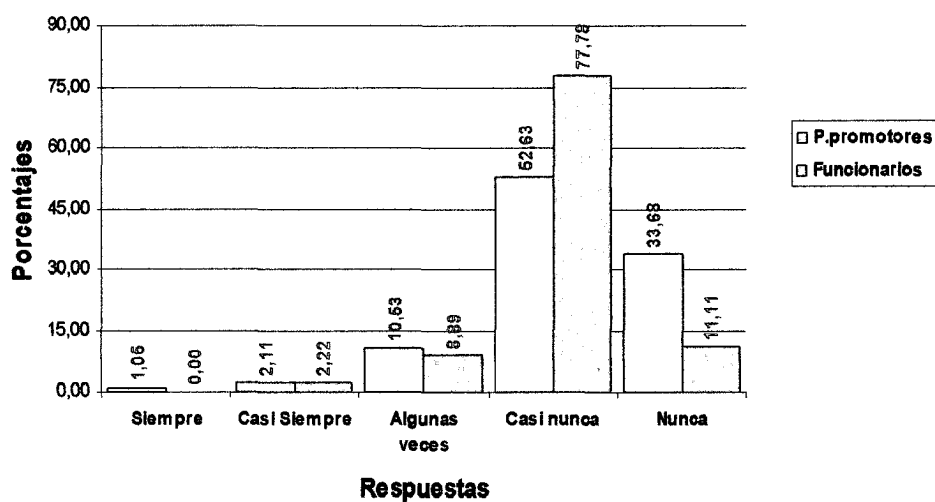
Cuadro N° 22 Promoción de costumbres

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	1	1,05	0	0,00
Casi Siempre (4)	2	2,11	1	2,22
Algunas veces (3)	10	10,53	4	8,89
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	32	33,68	5	11,11
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 22 Promoción de costumbres

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 20, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 21, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,84 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 2,02 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.93 como calificación de la interrogante ¿Con que frecuencia se utiliza la promoción del turismo para dar a conocer las costumbres y forma de vida del pueblo de Niquitao?; lo cual tipifica la situación como mala de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III. En consecuencia tal situación debe mejorarse al aplicar las estrategias incluidas en el plan para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao

Ítem 22

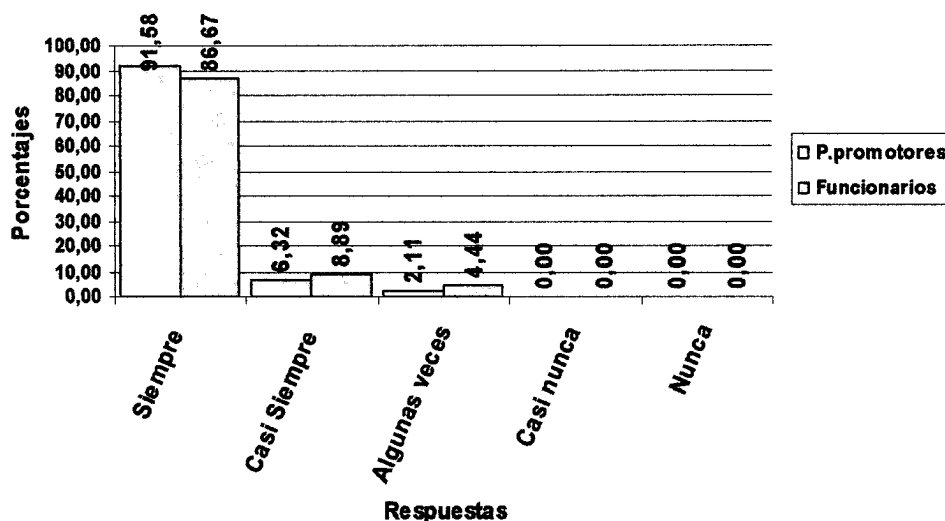
¿Cada cuánto tiempo se debe hacer la promoción del turismo en Niquitao?

Cuadro N° 23 Periodicidad de Promoción

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	87	91,58	39	86,67
Casi Siempre (4)	6	6,32	4	8,89
Algunas veces (3)	2	2,11	2	4,44
Casi nunca (2)	0	0,00	0	0,00
Nunca (1)	0	0,00	0	0,00
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 23 Periodicidad de promoción
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 21, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 22, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 4,89 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 4,82 según los funcionarios; que al promediarlos da un valor de 4,855 como calificación de la interrogante ¿Cada cuánto tiempo se debe hacer la promoción del turismo en Niquitao?; lo cual tipifica la situación como muy buena de acuerdo al baremo señalado en el capítulo XX, para tipificar la condición de la situación.

Es interesante la opinión manifestada tanto por posibles promotores turísticos y por los funcionarios de organismos con competencia en el turismo, quienes consideran acertadamente sobre la necesidad de promocionar constantemente el agro ecoturismo en Niquitao; razón por la cual en el plan presentado en la propuesta del Capítulo VI de este proyecto

factible incluye estrategias para mantener y materializar lo expuesto por los integrantes de ambas muestras encuestados.

Ítem 23

¿Con que frecuencia se deben ofertar productos turísticos para satisfacer la demanda potencial por parte de turistas o visitantes?

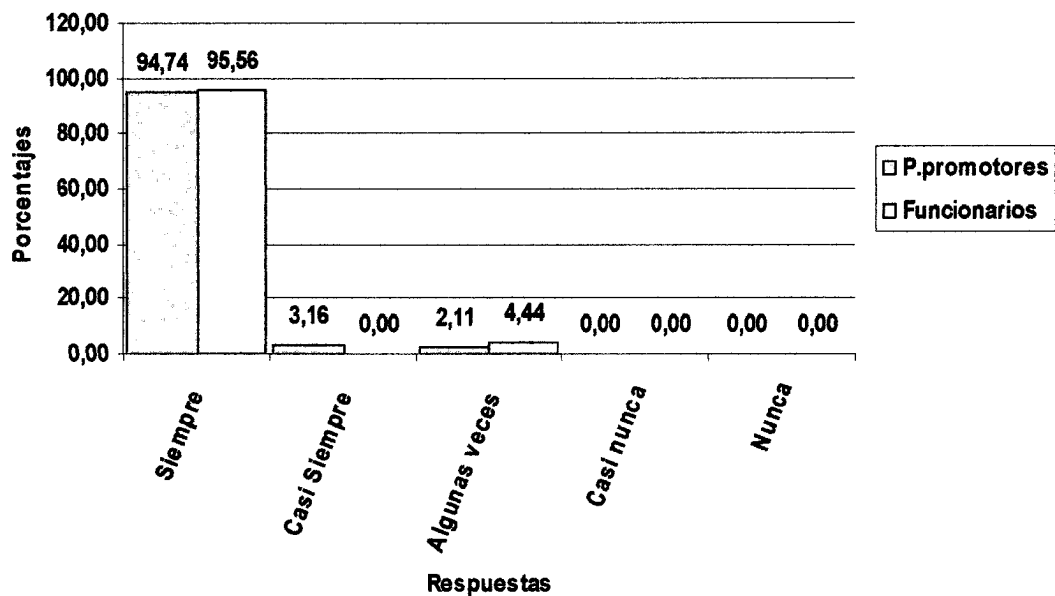
Cuadro N° 24 Oferta turística

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	90	94,74	43	95,56
Casi Siempre (4)	3	3,16	0	0,00
Algunas veces (3)	2	2,11	2	4,44
Casi nunca (2)	0	0,00	0	0,00
Nunca (1)	0	0,00	0	0,00
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 24 Oferta turística

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 22, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 23, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 4,93 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 4,91 según los funcionarios; que al promediarlos da 4,92 como calificación de la interrogante ¿Con que frecuencia se deben ofertar productos turísticos para satisfacer la demanda potencial por parte de turistas o visitantes a Niquitao?; lo cual tipifica la situación como muy buena de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III

La opinión de los encuestados sobre este aspecto, lleva a incluir en el plan presentado en la propuesta del presente proyecto factible, las estrategias recomendadas para mantener y materializar esta condición.

Ítem 24

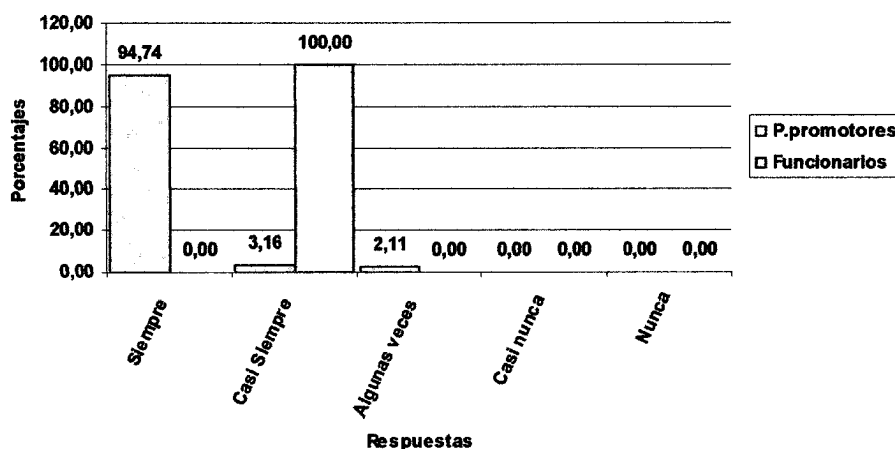
¿Con que frecuencia debe ajustarse la oferta en función de la demanda del turismo de Niquitao?

Cuadro Nº 25 Ajuste de la oferta

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	90	94,74	0	0,00
Casi Siempre (4)	3	3,16	45	100,00
Algunas veces (3)	2	2,11	0	0,00
Casi nunca (2)	0	0,00	0	0,00
Nunca (1)	0	0,00	0	0,00
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 25 Ajuste de la oferta
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 24, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 25, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 4,93 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 4,00 según los funcionarios; que al promediarlos da 4,465 como calificación de la interrogante ¿Con que frecuencia debe ajustarse la oferta en función de la demanda del turismo de Niquitao?; lo cual tipifica la situación como **muy buena** de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III La opinión de los encuestados sobre este aspecto, lleva a incluir en el plan presentado en la propuesta del presente proyecto factible, las estrategias recomendadas para mantener y materializar esta condición.

Ítem 25

¿Cada cuanto tiempo el gobierno subsidia la promoción del turismo en Niquitao?

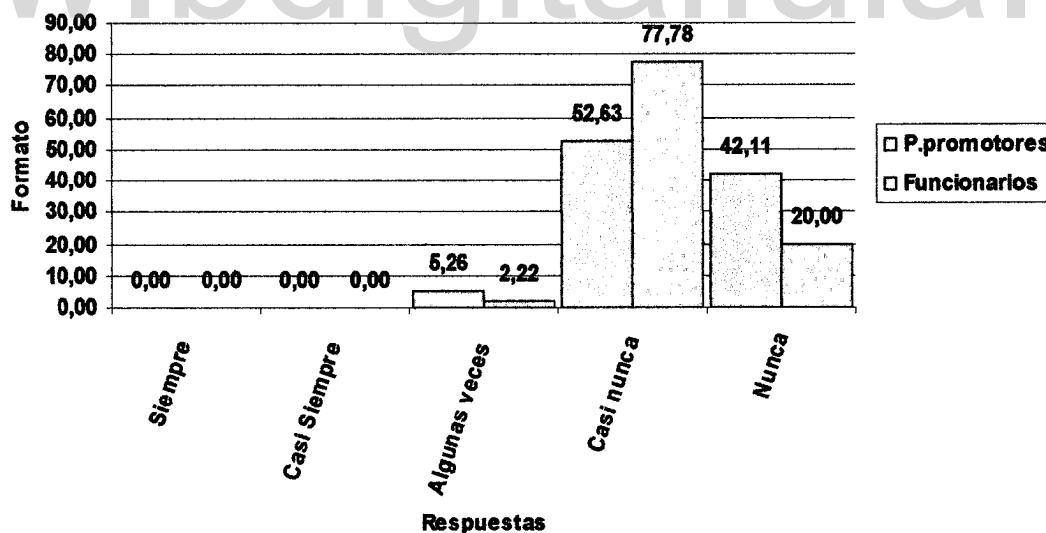
Cuadro N° 26 Subsidio a la promoción

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	0	0	0	0
Casi Siempre (4)	0	0	0	0
Algunas veces (3)	5	5,26	1	2,22
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	40	42,11	9	20
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 26 Subsidio a la promoción

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 25, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem

26, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,63 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 1,82 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.725 como calificación de la interrogante ¿Cada cuanto tiempo el gobierno subsidia la promoción del turismo en Niquitao?; lo cual tipifica la situación como **mala** de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III

Vista la opinión de los encuestados en relación al apoyo subsidiario dado a la promoción del turismo, se infiere que tal situación debe mejorarse y en consecuencia se incluyen las estrategias para tal efecto, en el plan para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao, desarrollado en la propuesta del presente proyecto factible.

Ítem 26

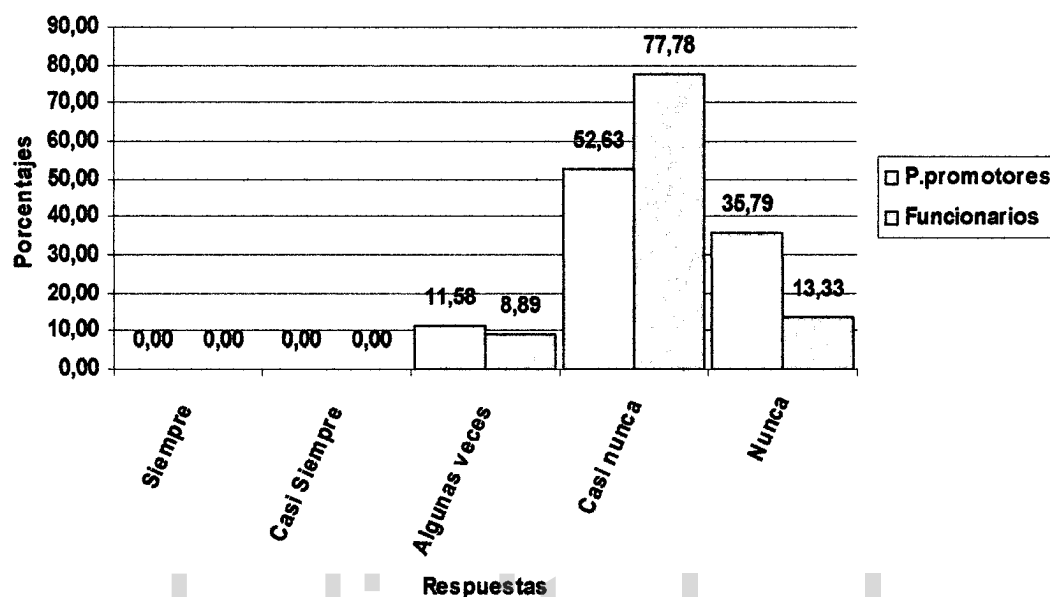
¿En qué oportunidades las cooperativas y demás empresas de economía social reciben créditos del Estado para la promoción del turismo en Niquitao?

Cuadro N° 27 Apoyo crediticio

	P. Promotores		Funcionarios	
	Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
Siempre (5)	0	0,00	0	0,00
Casi Siempre (4)	0	0,00	0	0,00
Algunas veces (3)	11	11,58	4	8,89
Casi nunca (2)	50	52,63	35	77,78
Nunca (1)	34	35,79	6	13,33
Total	95	100	45	100

Fuente: Encuesta aplicada (2012)

Gráfico N° 27 Apoyo crediticio
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En forma similar al Ítem 26, el número de respuestas tabuladas agrupadas por alternativa, cuya valoración se presenta entre paréntesis, fueron tratadas estadísticamente para determinar el valor promedio del Ítem 27, tanto en forma total como para cada una de las muestras, obteniéndose en este caso un valor promedio de 1,76 según las respuestas dadas por los posibles promotores y de 1,96 según los funcionarios; que al promediarlos da 1.86 como calificación de la interrogante ¿En que oportunidades las cooperativas y demás empresas de economía social reciben créditos del Estado para la promoción del turismo en Niquitao?; lo cual tipifica la situación como mala de acuerdo al baremo señalado en el capítulo III. En consecuencia tal situación debe mejorarse al aplicar las estrategias incluidas en el plan para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao

RESPUESTAS DADAS AL INSTRUMENTO DIRIGIDO A TURISTAS Y VISITANTES DURANTE LA SEMANA SANTA 2012

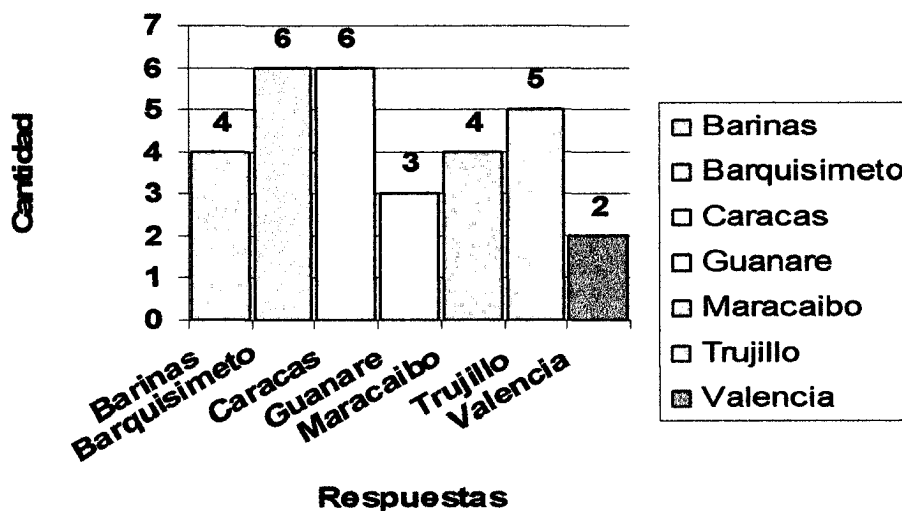
R1 ¿Cuál es la ciudad de donde procede?

Cuadro N° 28. Estadísticos de R1

	Frecuencia	Porcentaje
Barinas	4	13,3
Barquisimeto	6	20,0
Caracas	6	20,0
Guanare	3	10,0
Maracaibo	4	13,3
Trujillo	5	16,7
Valencia	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 28: Resultados de R1
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En las respuestas dadas por los turistas y visitantes a la interrogante sobre el lugar de procedencia se observa que la mayoría de ellos procede de las ciudades de Barquisimeto y Caracas, con un significativo n° de ellos provenientes de otros municipios del estado y en menor n° de Barinas, Maracaibo y Guanare, viniendo la menor cantidad de Valencia; pudiendo inferir sobre la necesidad de potenciar la promoción del turismo de Niquitao en la zonas norte y oriente del país.

R2 ¿Viaja usted solo o acompañado?, ¿por quien?.

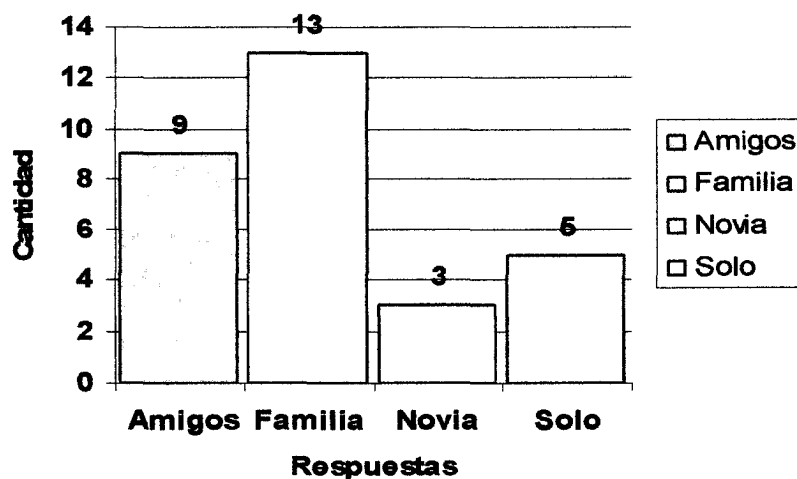
Cuadro N° 29. Estadísticos de R2

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	9	30,0
Familia	13	43,3
Novia	3	10,0
Solo	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 29: Resultados de R2

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En las respuestas dadas por los turistas y visitantes a la interrogante si viajan solos o acompañados y por quién, se observa que la mayoría de ellos viajan con su familia o con sus amigos, mientras que apenas un 16,7% lo hacen solos y otro porcentaje del 10% acompañados de otra persona. Ello es una oportunidad para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

R 3 ¿Cuál es su profesión u oficio?

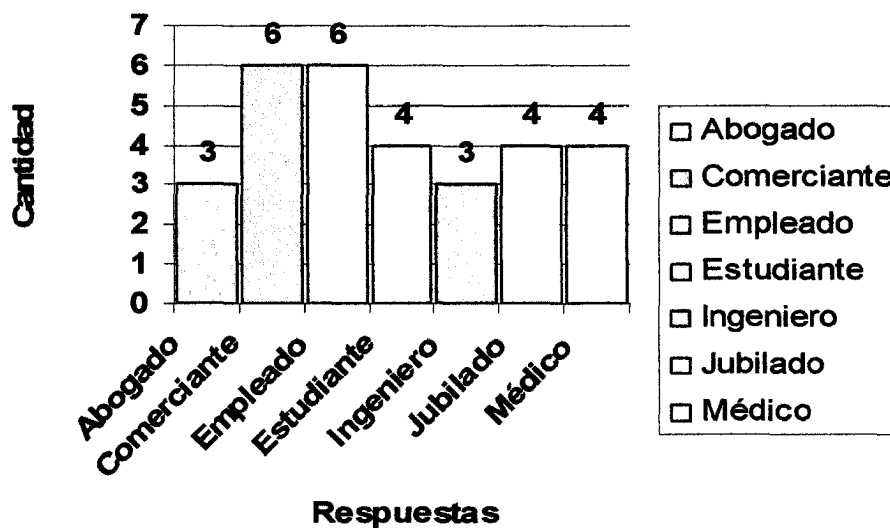
Cuadro N° 30. Estadísticos de R3

	Frecuencia	Porcentaje
Abogado	3	10,0
Comercio	6	20,0
Empleado	6	20,0
Estudio	4	13,3
Ingeniero	3	10,0
Jubilado	4	13,3
Médico	4	13,3
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 30: Resultados de R3

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Se observa en los resultados que la mayoría de los turistas y visitantes son profesionales, comerciantes o empleados mientras que porcentajes de ellos iguales al 13,33% son estudiantes o jubilados; de ello se infiere que la mayoría pertenece a la clase media o media alta. De lo cual se infiere la necesidad (**amenaza**) de promocionar el turismo en Niquitao entre las clases populares que por lo general hacen turismo en grupos o planes especiales.

R4 ¿Por cuál razón decidió visitar a Niquitao?

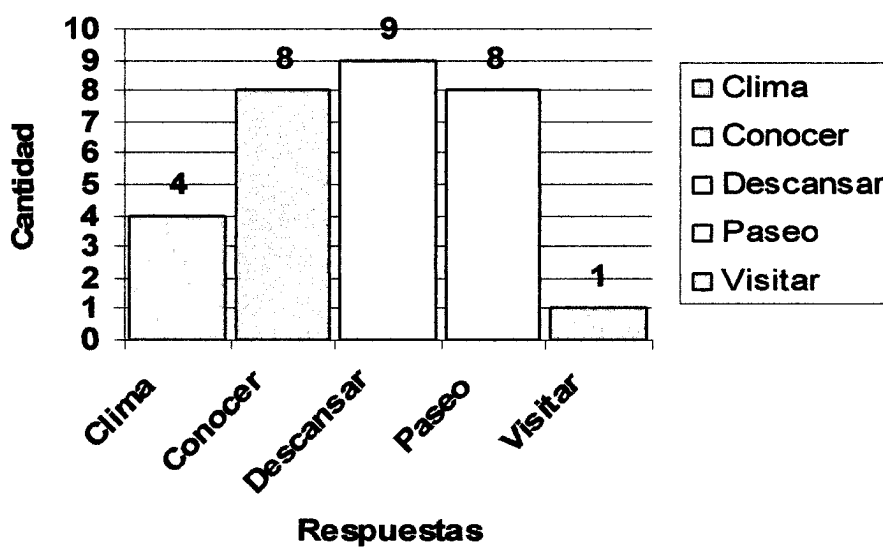
Cuadro N° 31. Estadísticos de R4

	Frecuencia	Porcentaje
Clima	4	13,3
Conocer	8	26,7
Descansar	9	30,0
Paseo	8	26,7
Visitar	1	3,3
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 31: Resultados de R4

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Se observa en los resultados que la mayoría de los turistas y visitantes a Niquitao, vienen con la intención de descansar, pasear y conocer, mientras que un 13,33% lo hacen por el clima y un menor porcentaje del 3,33% con la intención de conocer. De ello se puede inferir sobre la necesidad de promocionar e invitar a conocer las bellezas del paisaje y el patrimonio turístico y cultural de Niquitao por ser ésta una oportunidad.

R5 ¿Cómo se enteró sobre la existencia de Niquitao como destino turístico?

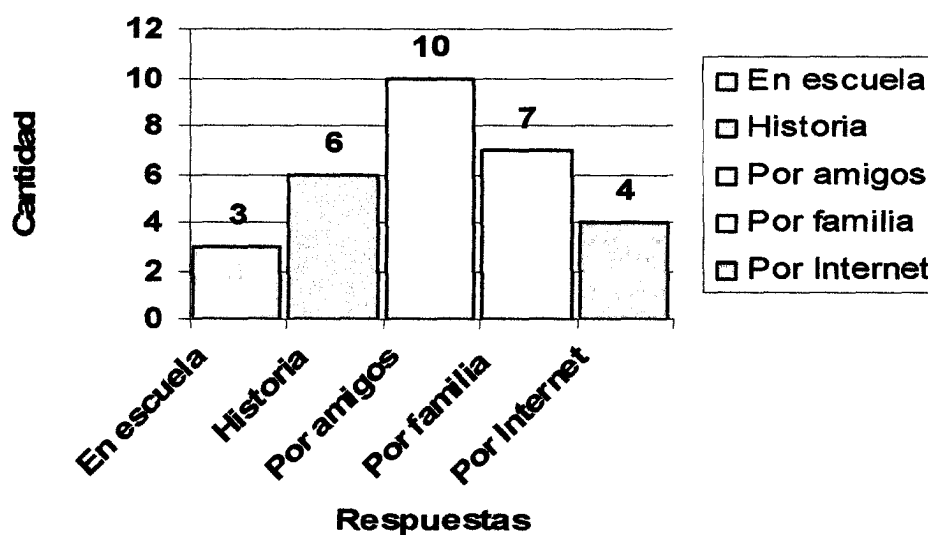
Cuadro N° 32. Estadísticos de R5

	Frecuencia	Porcentaje
En escuela	3	10,0
Historia	6	20,0
Por amigos	10	33,3
Por familia	7	23,3
Por Internet	4	13,3
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 32: Resultados de R5

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Es posible observar en los resultados tabulados sobre cómo se enteraron los visitantes sobre la existencia de Niquitao como destino turístico, que la mayoría de ellos lo hizo a través de amigos, del estudio, la historia, o por amigos, mientras que un 13,3% se enteró a través de la Internet. Ello pone en evidencia el requerimiento de utilizar otros medios de comunicación de masa para la promoción del potencial en Agro ecoturismo. Siendo esta una debilidad del turismo de Niquitao.

R6 ¿Qué tipo de transporte utiliza en este viaje a Niquitao?

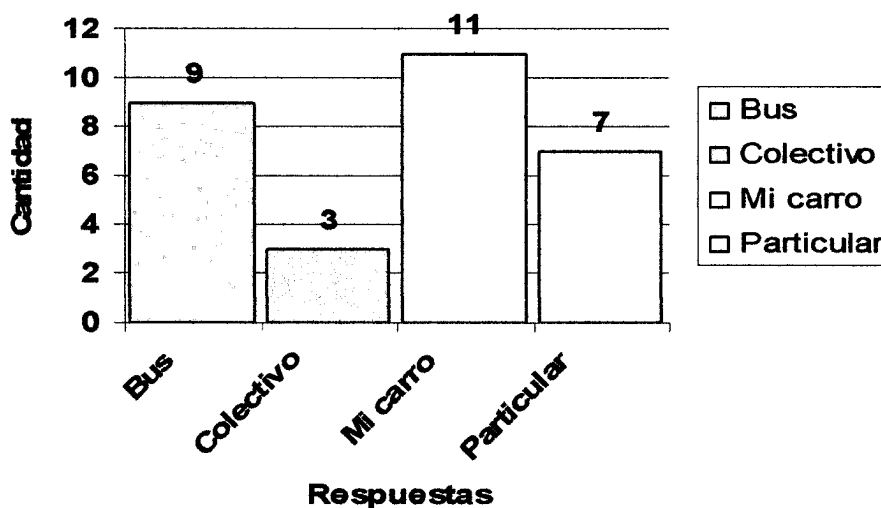
Cuadro N° 33. Estadísticos de R6

	Frecuencia	Porcentaje
Bus	9	30,0
Colectivo	3	10,0
Mi carro	11	36,7
Particular	7	23,3
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 33: Resultados de R6

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Se observa en los resultados que la mayoría de los turistas y visitantes a Niquitao utilizan para viajar su carro o vehículos particulares (36,67% + 23,33% respectivamente), el resto: un 30% lo hace en buses mientras un 10% se trasladan en transporte colectivo. De lo expuesto por los turistas y visitantes se infiere la necesidad de potenciar la **debilidad** en el transporte público para el traslado de turistas y visitantes a Niquitao.

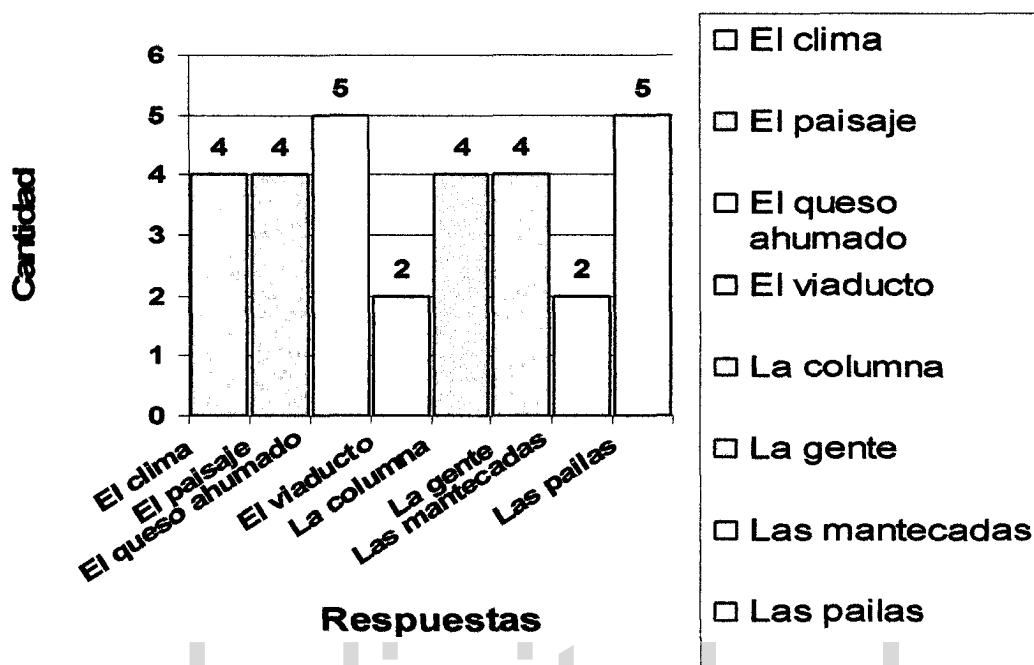
R7 ¿Qué le gusta o atrae más de niquitao?

Cuadro N° 34. Estadísticos de R7

	Frecuencia	Porcentaje
El clima	4	13,3
El paisaje	4	13,3
El queso ahumado	5	16,7
El viaducto	2	6,7
La columna	4	13,3
La gente	4	13,3
Las mantecadas	2	6,7
Las Pailas	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 34: Resultados de R7
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



www.bdigital.ula.ve

Análisis

Es posible observar en las respuestas a la interrogante sobre lo que más le gusta o atrae a los visitantes a Niquitao, que los sitios turísticos como Las Pailas, La columna y el Viaducto con un total de 36,67% (correspondiente a 16,67% +13,33% +6,67% respectivamente) son el atractivo turístico de mayor gusto a turistas y visitantes; luego el clima y el paisaje con un total de 26,66% (13,33% + 13,33% respectivamente) y los productos típicos de Niquitao como el queso ahumado y las mantecadas con un 23,34% total (correspondiente a 16,67% + 6,67% respectivamente) y por último a un (13,33%) de los visitantes les gusta la idiosincrasia de los habitantes. Se infiere de ello la necesidad de promocionar más los productos típicos.. Siendo sin embargo este aspecto **una fortaleza** del turismo local.

R8 ¿Qué no le gusta de Niquitao?

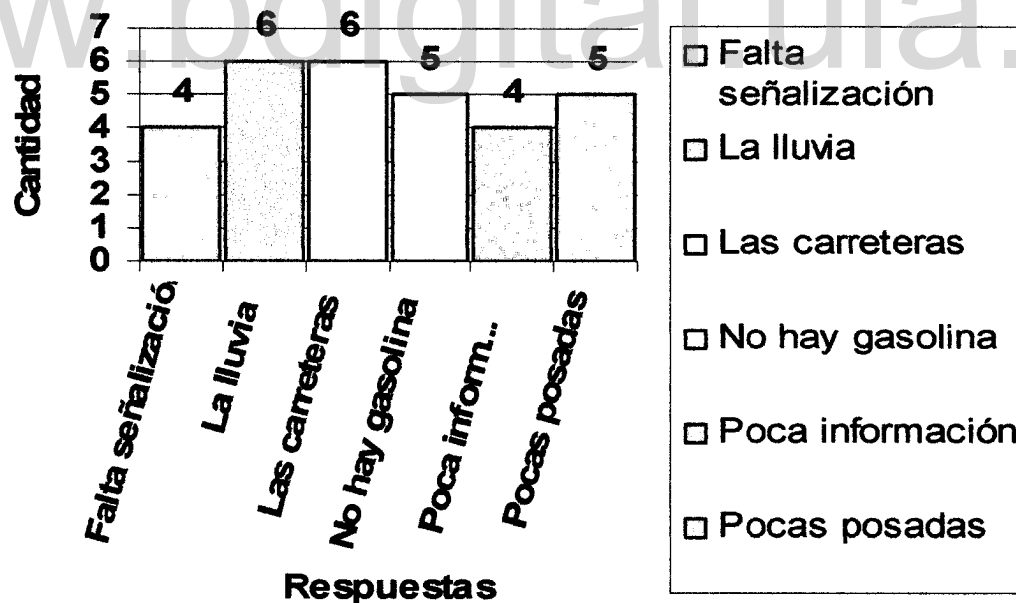
Cuadro N° 35. Estadísticos de R8

	Frecuencia	Porcentaje
Falta señalización	4	13,3
La lluvia	6	20,0
Las carreteras	6	20,0
No hay gasolina	5	16,7
Poca información	4	13,3
Pocas posadas	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 35: Resultados de R8

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

De los resultados obtenidos como respuesta a la interrogante de lo que no le gustó a turistas y visitantes de la población de Niquitao, se infiere que para la mayoría las carreteras y la lluvia abundante (20% para ambos) fue lo

de menos agrado para ellos; seguido por la falta de estaciones de servicio para equipar gasolina y de mayor cantidad de posadas para el alojamiento temporal (16,67% en ambos); junto a la falta de señalización vial y la poca información por guías turísticos (13,33% para ambas).

Consecuentes con lo expuesto en el párrafo anterior, es posible deducir sobre la necesidad de gestionar ante los organismos oficiales el mantenimiento de las vías, mejora de señalización vial, creación de módulo de información turística y fomento de empresas de economía social destinadas al servicio a vehículos, suministro de gasolina e incremento del número de posadas. Siendo por lo tanto **una debilidad** del turismo de Niquitao.

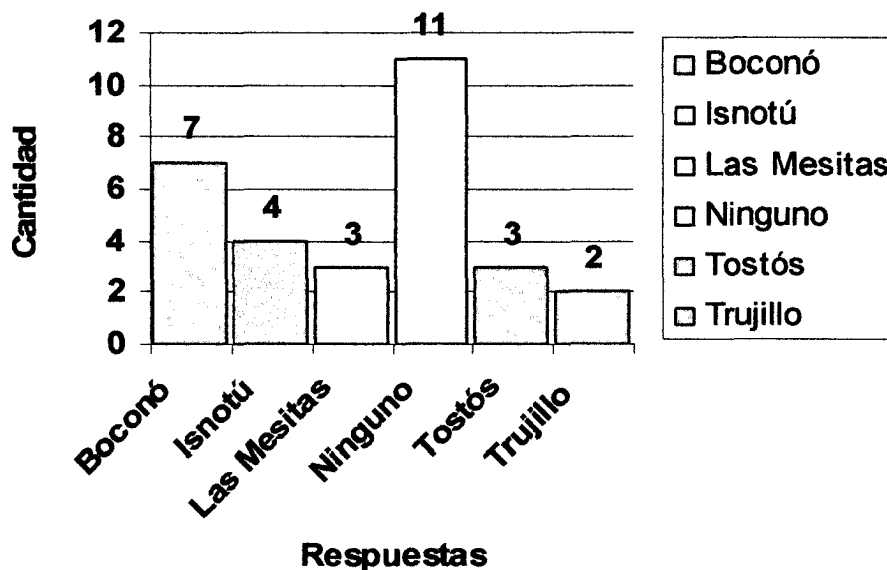
R9 ¿Qué otros poblados piensa visitar cerca de Niquitao?

Cuadro N° 36. Estadísticos de R9

	Frecuencia	Porcentaje
Boconó	7	23,3
Isnotú	4	13,3
Las mesitas	3	10,0
ninguno	11	36,7
Tostos	3	10,0
Trujillo	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 36: Resultados de R9
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

De acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados sobre cuáles otros poblados visitarían cercanos a Niquitao, se puede inferir que Las Mesitas y Tostós, son realmente los competidores significativos en el mercado turístico del segmento geográfico correspondiente al municipio Boconó. De ello se infiere que pese a la poca promoción realizada, Niquitao tiene bondades naturales o fortalezas que lo hacen competitivo en el mismo.

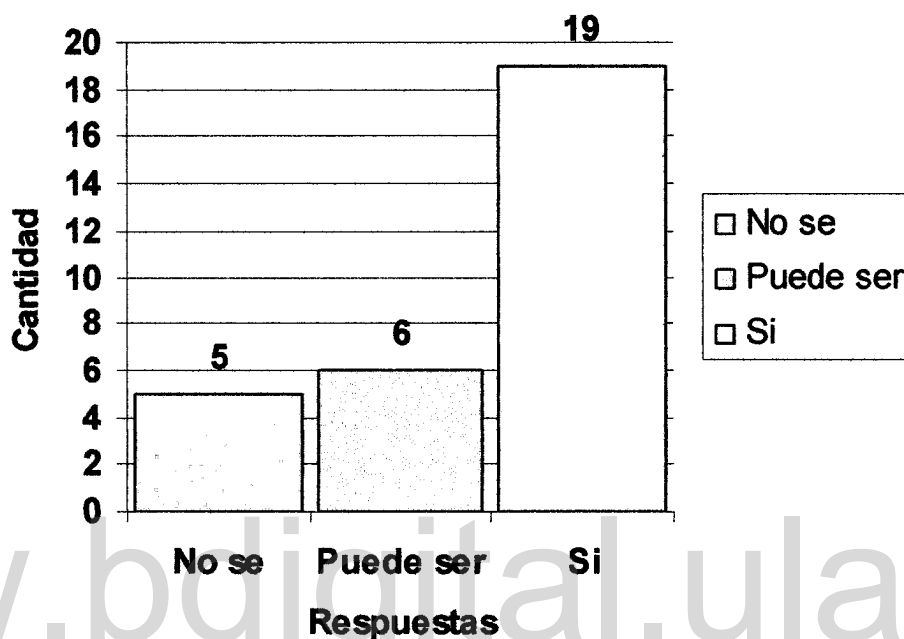
R10 ¿Volvería usted a Niquitao?

Cuadro N° 37. Estadísticos de R10

	Frecuencia	Porcentaje
NO se	5	16,7
Puede se	6	20,0
Si	19	63,3
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 37: Resultados de R10
Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En cuanto a si los turistas y visitantes volverían a Niquitao, las dos terceras partes de los encuestados manifestaron enfáticamente que si lo harían, mientras que un 20% indicó que era probable y el restante 16,67% expreso no saber. De ello se infiere que la opinión de los encuestados se puede valorar como **una oportunidad** de la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

R11 ¿Recomendaría a Niquitao como sitio turístico?

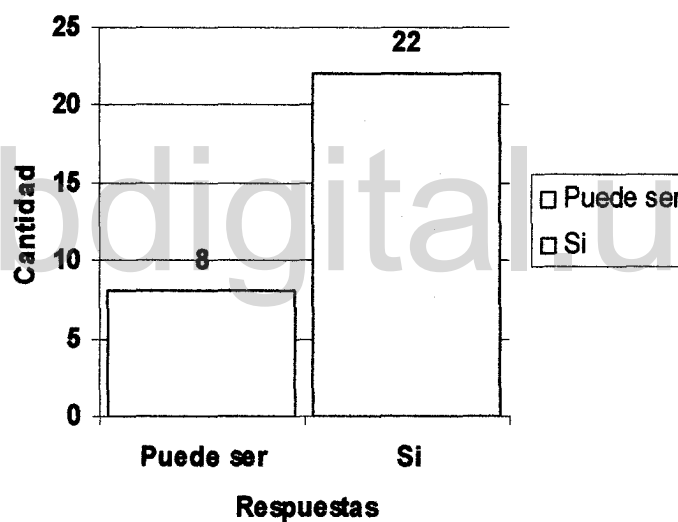
Cuadro N° 38. Estadísticos de R11

	Frecuencia	Porcentaje
Puede ser	8	26,7
Si	22	73,3
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 38: Resultados de R11

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

En cuanto a si los turistas y visitantes recomendarían a Niquitao como sitio turístico, cerca de las tres cuartas partes de los encuestados (73,33%) manifestaron enfáticamente que si lo harían. De ello se infiere que la opinión de los encuestados se puede valorar como **una oportunidad** para la promoción del turismo en Niquitao.

R12 ¿Ha recibido usted alguna información impresa o a través de la radio sobre los atractivos turísticos de Niquitao?

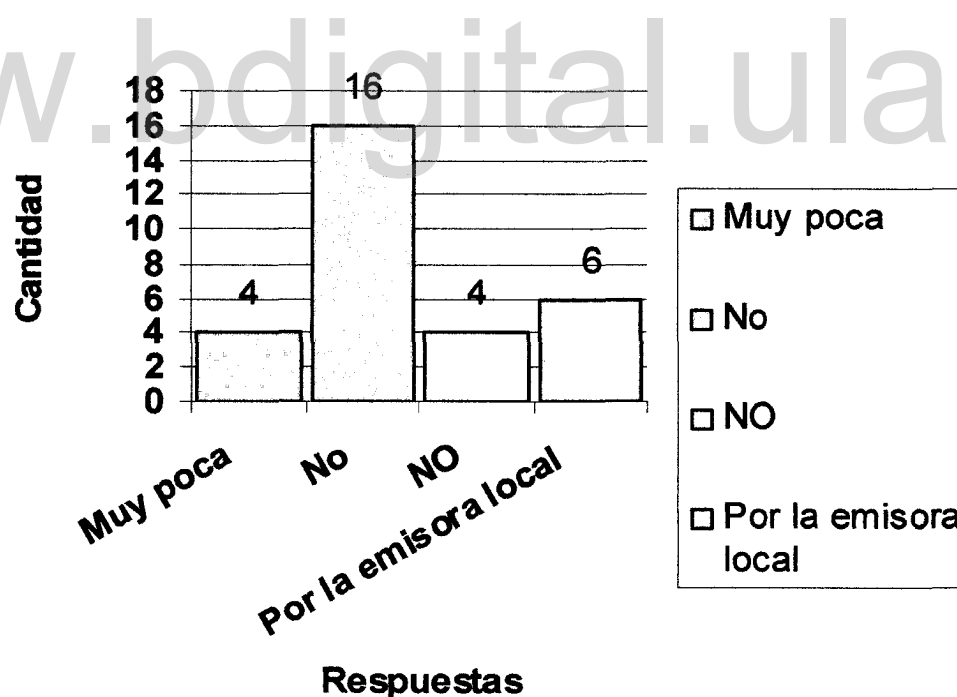
Cuadro N° 39. Estadísticos de R12

	Frecuencia	Porcentaje
Muy poca	4	13,3
No	16	53,3
NO	4	13,3
Por la emisora local	6	20,0
Total	30	100,0

Fuente: El Autor (2012)

Gráfico N° 39: Resultados de R12

Fuente: Encuesta aplicada (2012)



Análisis

Se evidencia en los resultados tabulados sobre si los turistas y visitantes han recibido alguna información impresa o a través de la radio

sobre los atractivos turísticos de Niquitao, que la gran mayoría de los encuestados afirmó que no (un 53,33% lo negó dubitativamente, mientras un 13,33% lo hizo en forma rotunda), mientras un 20% manifestó haberla recibido a través de la emisora local ya cuando se trasladaba a Niquitao; el restante 13,33% dijo haber recibido muy poca información. De ello se infiere que la promoción bajo este formato de difusión se considera como una **debilidad** de la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

Conclusiones del Diagnóstico del Turismo en Niquitao

A partir de los resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario I(1), se clasificaron los factores de los entornos externo e interno, para la elaboración de la matriz de análisis; observándose en las respuestas la coincidencia en cuanto a la calificación de los distintos factores considerados, valoración realizada por los posibles promotores del agro ecoturismo y los funcionarios con competencia en el turismo de Niquitao.

En ese sentido, se compararon las respuestas referente al estado de las vías hasta los sitios turísticos; los sitios interesantes para llevar a turistas y visitantes; las épocas propicias para la llegada de turistas y visitantes; la asesoría a proyectos para elaborar productos turísticos interesantes; los pueblos cercanos competitivos en turismo; los servicios que disponen los sitios ofertados para permanencia de turistas y visitante; las empresas de economía social existentes; el concepto sobre agro turismo y ecoturismo; la promoción del turismo como forma de dar a conocer las costumbres y forma de vida del pueblo y como actividad beneficiosa para la comunidad; así como, la implementación de programas para motivar a los jóvenes en la promoción del turismo.

Por otra parte, los resultados de la aplicación del cuestionario I(2) aplicado a turistas y visitantes a la población de Niquitao durante la temporada correspondiente a la Semana Santa del año 2012, se valoraron como de gran significación para la determinación de la información

correspondiente a las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que a juicio de ellos tienen los distintos factores que los indujeron a visitar este destino turístico y en consecuencia les motivarán para la promoción no institucionalizada, basada en su opinión apreciativa de los atributos de Niquitao. Consecuentes con lo expuesto en los párrafos precedentes, a continuación se presentan tabulados en una matriz de doble entrada los resultados de la diagnosis de la situación actual del turismo, tabulados como oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas en la siguiente matriz de análisis.

www.bdigital.ula.ve

Cuadro 40. Matriz de análisis del Turismo en Niquitao

	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	<p>F1- Niquitao posee como patrimonio varios sitios de interés turístico.</p> <p>F2- Niquitao tiene posadas y residencias familiares donde hospedar y ofertar comidas criollas.</p> <p>F3- Niquitao cuenta con atributos naturales, clima, cultura, e historia.</p> <p>F4- Niquitao tiene siembras y cultivos interesantes al turista.</p> <p>F5- La comunidad oferta varios productos y artesanías típicas.</p> <p>F6- La oferta de productos y servicios se ajusta en función de los requerimientos de la demanda.</p> <p>F7- Algunas empresas prestadoras de servicios turísticos recibieron créditos del Estado.</p>	OPORTUNIDADES	<p>O1- La comunidad de Niquitao tiene interés en construir sitios para hospedar a turistas y visitantes.</p> <p>O2- Existen muy pocos pueblos cercanos competitivos en el área del turismo.</p>
DEBILIDADES	<p>D1- El efectivo como única forma de pago por servicios turísticos.</p> <p>D2- Los organismos competentes, no implementan charlas, talleres, cursos ni entrenamiento de cómo promocionar el turismo</p> <p>D3- Las instituciones del gobierno no usan estrategias de publicidad escrita o radial para promocionar el turismo en Niquitao.</p> <p>D4- La falta de subsidio oportuno del gobierno para la promoción del turismo en Niquitao</p> <p>D5- Deficiencias en la señalización y mantenimiento vial.</p> <p>D6- Falta de promoción del turismo de Niquitao en la zona norte y el oriente de Venezuela.</p>	AMENAZAS	<p>A1- La lluvias torrenciales limitan la llegada de turistas y visitantes por las condiciones de las vías.</p> <p>A2- existe poco interés por parte de las dependencias oficiales para la promoción y fomento del agro ecoturismo en Niquitao.</p> <p>A3- El reducido número de proyectos para constituir nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos interesantes a turistas y visitantes a Niquitao</p>

Fuente: El autor (2012) según encuestas aplicadas.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusiones

Al finalizar la investigación es posible concluir sobre la promoción del agro ecoturismo en particular y del turismo en general, que ella adolece de grandes deficiencias en la actualidad, llegando a ser considerada como inexistente o casi nula en opinión de los habitantes de la comunidad, los empleados de los entes con competencia en dicha promoción y por los turistas visitantes de Niquitao durante la temporada de Semana Santa (del 02 de abril del 2012 hasta el 08 de abril del mismo año)

También, de las respuestas dadas al cuestionario de diagnóstico se deduce la interpretación generalizada, entre los encuestados, sobre la existencia, por parte de los entes competentes, de una notable apatía e incumplimiento de sus funciones relacionadas con la promoción del agro ecoturismo en Niquitao,

Además, es posible concluir en función del diagnóstico, que los habitantes de Niquitao tienen interés en la promoción del agro ecoturismo por representar en su opinión una forma de dar a conocer su patrimonio histórico, cultural y turístico; y considerar tal promoción como un atractivo a los turistas que con sus visitas generarán ingresos a la comunidad.

En tal sentido, los encuestados en forma general reclaman mejoras en la infraestructura y servicios turísticos, junto a la adecuación, reparación y mantenimiento constante de los servicios públicos. Como también el otorgamiento de créditos y asesoría técnica para los interesados en emprendimientos prestadores de servicios turísticos.

Se concluye finalmente que los encuestados solicitan de los entes competentes, la capacitación de la comunidad para la promoción del agro ecoturismo y poder brindar una atención y servicios de calidad que hagan competitiva a la población de Niquitao como destino turístico.

Recomendaciones

A la comunidad de Niquitao se le recomienda conservar los rasgos característicos de su cultura e idiosincrasia, por ser estos valorados positivamente por los turistas y visitantes a la población de Niquitao. También, se les sugiere participar activamente en los programas de formación y capacitación para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

A los entes gubernamentales con competencia en el turismo de Niquitao, se les invita a conocer en forma directa la opinión que tiene la comunidad en cuanto a la calidad de las funciones por ellos realizadas.

A los turistas y visitantes se les recomienda tomar las previsiones necesarias para el traslado en las condiciones actuales de las vías, principalmente durante la noche y en períodos lluviosos.

A quienes aborden próximos proyectos relacionados con la promoción de actividades generadoras de beneficios, se les pide tomar en cuenta principalmente la opinión de los beneficiarios directos, en comparación con los responsables y los beneficiados en forma indirecta por la ejecución de las actividades.

A la Ilustre Universidad de Los Andes, respetuosamente se les recomienda la apertura más frecuente de estudios de especialización y maestría en el área de las ciencias sociales por considerarse como de alto interés comunitario.

CAPÍTULO VI

FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA

Finalidad de la propuesta

Con los datos aportados por la diagnosis se procedió a formular como propuesta un plan para la promoción del agro-ecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, en consecuencia se seleccionaron las estrategias permisivas de convertir las fortalezas en oportunidades, superar las amenazas mejorando las fortalezas, afrontar las amenazas minimizando las debilidades y aprovechar las oportunidades superando las debilidades de conformidad con los aportes de las matrices de análisis FA, FO, DA, DO. Tal procedimientos se ajustan a lo especificado por:

Objetivo general de la propuesta

Diseñar un plan estratégico para la promoción del agro ecoturismo con empresas de economía social en Niquitao

Objetivos específicos de la propuesta

- Seleccionar estrategias para la superación de las amenazas del entorno mediante la promoción y el aprovechamiento de las fortalezas del agro ecoturismo de la población de Niquitao.
- Presentar estrategias para la definición de la visión y misión de la propuesta fundamentada en el uso de las fortalezas para el logro de las oportunidades en la promoción del agro ecoturismo de Niquitao como portal romántico.
- Especificar las estrategias que permitan la transformación de amenazas en oportunidades mediante la superación de las debilidades presentes en la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.
- Describir en forma general, como producto de la matriz de análisis DO las gestiones ante los organismos competentes para la promoción a nivel

nacional del agro ecoturismo en Niquitao.

Cuadro 41. Matriz de Análisis FA

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	<p>F1- Niquitao posee como patrimonio varios sitios de interés turístico.</p> <p>F2- Niquitao tiene posadas y residencias familiares donde hospedar y ofertar comidas criollas..</p> <p>F3- La parroquia tiene atributos turísticos, naturales, climatológicos, culturales, e históricos.</p> <p>F4- Niquitao tiene siembras y cultivos interesantes al turista.</p> <p>F5- La comunidad oferta varios productos y artesanías típicas.</p> <p>F6- La oferta de productos y servicios se ajusta en función de los requerimientos de la demanda.</p> <p>F7- Algunas empresas prestadoras de servicios turísticos recibieron créditos del Estado.</p>	AMENAZAS <p>A1- La lluvias torrenciales limitan la llegada de turistas y visitantes por las condiciones de las vías.</p> <p>A2- Existe poco interés por parte de las dependencias oficiales para la promoción y fomento del agro ecoturismo en Niquitao.</p> <p>A3- El reducido número de proyectos para constituir nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos interesantes a turistas y visitantes a Niquitao</p>

Fuente: El autor (2012) según Diagnóstico FODA

Estrategia E1, (según F1 – F3 – F4 Vs. A1 – A2)

Gestionar ante la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (*MINTUR*) la promoción y fomento del agro ecoturismo en Niquitao en cualquier época del año, para el aprovechamiento de sus atributos turísticos, naturales, climatológicos, culturales, e históricos; así como la posibilidad de que el visitante se integre al hermoso paisaje lluvioso de acogedora neblina que se esparce los hermosos verdes de las siembras y cultivos explotado con la rudimentaria pero laboriosa forma de aprovechar la tierra el hombre de campo en Niquitao.

Estrategia E2, (según F2 – F5 – F6 Vs. A2 – A3)

Gestionar ante la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (*MINTUR*) la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao, a la vez que esos organismos incentiven a emprendedores locales y foráneos en la presentación de proyectos para constituir empresas de economía social dirigidas a implementar nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos; como también a la mejora y ampliación de las posadas y residencias familiares para hospedar y ofertar platos de la gastronomía local, productos autóctonos y artesanías típicas de Niquitao

Cuadro 42. Matriz de Análisis FO

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	<p>F1- Niquitao posee varios sitios de interés turístico.</p> <p>F2- Niquitao tiene posadas y residencias familiares donde hospedar y ofertar comidas criollas..</p> <p>F3- La parroquia tiene atributos turísticos, naturales, climatológicos, culturales, e históricos.</p> <p>F4- Niquitao tiene siembras y cultivos interesantes al turista.</p> <p>F5- La comunidad oferta varios productos y artesanías típicas.</p> <p>F6- La oferta de productos y servicios se ajusta en función de los requerimientos de la demanda.</p> <p>F7- Algunas empresas prestadoras de servicios turísticos recibieron créditos del Estado.</p>	OPORTUNIDADES
		<p>O1- La comunidad de Niquitao tiene interés en construir sitios para hospedar a turistas y visitantes.</p> <p>O2- Existen muy pocos pueblos cercanos competitivos en el área del turismo.</p>

Fuente: El autor (2012) según Diagnóstico FODA

Estrategia E3, (según F2 – F5 – F6 Vs. O1)

Promocionar el turismo en Niquitao aprovechando el interés que tiene la comunidad en construir sitios para hospedar a turistas y visitantes, así como las posadas que tiene la comunidad en las cuales actualmente oferta comidas criollas, productos autóctonos y artesanías típicas. Además de la

capacidad de ajustar la producción en función de los requerimientos de la demanda actual hecha por los visitantes durante las temporadas altas.

Estrategia E4, (según F1– F3 – F4 Vs. O2)

Promocionar el turismo aprovechando las ventajas competitivas derivadas del bajo nº de pueblos cercanos que no poseen ni el patrimonio ni el potencial, para desarrollar el agro ecoturismo.

Cuadro 43. Matriz de Análisis DA

FACTORES INTERNOS

D1- El efectivo como única forma de pago por servicios turísticos.

D2- Los organismos competentes, no implementan charlas, talleres, cursos ni entrenamiento de cómo promocionar el turismo

D3- Las instituciones del gobierno no usan estrategias de publicidad escrita o radial para promocionar el turismo en Niquitao.

D4- La falta de subsidio oportuno del gobierno para la promoción del turismo en Niquitao

D5- Deficiencias en la señalización y mantenimiento vial.

D6- Falta de promoción del turismo de Niquitao en la zona norte y el oriente de Venezuela.

FACTORES EXTERNOS

A1- La lluvias torrenciales limitan la llegada de turistas y visitantes por las condiciones de las vías.

A2- existe poco interés por parte de las dependencias oficiales para la promoción y fomento del agro ecoturismo en Niquitao.

A3- El reducido número de proyectos para constituir nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos interesantes a turistas y visitantes a Niquitao

DEBILIDADES

AMENAZAS

Fuente: El autor (2012) según Diagnóstico FODA

Estrategia E5, (según D1– D3 – D5 – D6 Vs. A1 – A2)

Gestionar ante los entes competentes la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao, utilizando los medios de comunicación y módulos donde se repartan impresos y se publicite el placer que se siente al integrarse activa o contemplativamente al húmedo paisaje campestre pudiéndose internar en la acogedora neblina que en períodos lluviosos hacen más romántico el paisaje de Niquitao; lo cual requiere adecuar la

infraestructura y los servicios, superando las deficiencias en la señalización y condiciones de las vías, junto a la apertura de los emprendedores de Niquitao a las nuevas tecnologías, para el pago de los servicios turísticos con formas diferentes al efectivo de contado.

Estrategia E6, (según D2– D4 Vs. A2 – A3)

Motivar a la comunidad para la presentación de proyectos de constitución de empresas de economía social; mientras se capacita a la población en general a través de charlas, talleres, cursos y entrenamiento; ofertándole los entes gubernamentales el apalancamiento financiero oportuno para la promoción local y estatal del agro ecoturismo en Niquitao..

Cuadro 44. Matriz de Análisis DO

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	<p>D1- El efectivo como única forma de pago por servicios turísticos.</p> <p>D2- Los organismos competentes, no implementan charlas, talleres, cursos ni entrenamiento de cómo promocionar el turismo</p> <p>D3- Las instituciones del gobierno no usan estrategias de publicidad escrita o radial para promocionar el turismo en Niquitao.</p> <p>D4- La falta de subsidio oportuno del gobierno para la promoción del turismo en Niquitao</p> <p>D5- Deficiencias en la señalización y mantenimiento vial.</p> <p>D6- Falta de promoción del turismo de Niquitao en la zona norte y el oriente de Venezuela.</p>	OPORTUNIDADES
		<p>O1- La comunidad de Niquitao tiene interés en construir sitios para hospedar a turistas y visitantes.</p> <p>O2- Existen muy pocos pueblos cercanos competitivos en el área del turismo.</p>

Fuente: El autor (2012) según Diagnósis FODA

Estrategia E7, (según D1– D2 – D3 – D4 Vs. O1)

Aprovechar la oportunidad que representa el interés de la comunidad de

Niquitao en construir sitios para hospedar a turistas y visitantes, lo cual demanda superar las debilidades derivadas de la deficiencia en la capacitación de los ciudadanos y emprendedores; además se precisa, la promoción publicitaria a nivel nacional.

Estrategia E8, (según D5– D6 Vs. O2)

Aprovechar la ventaja competitiva que representa el reducido nº de poblados cercanos o en la ruta hacia Niquitao, los cuales dispongan de las bondades del patrimonio turístico de este hermoso nido romántico de los Andes; lo cual requiere una eficiente y suficiente promoción a nivel nacional, además de superar las barreras que representan las deficiencias en señalización y mantenimiento de las vías.

Visión de la propuesta

Coadyuvar en el logro a largo plazo de un mejor posicionamiento de Niquitao en el mercado como destino turístico, mediante la promoción a nivel regional y nacional de sus potencialidades y el uso de estrategias de penetración y publicidad que permitan ofertar el agro ecoturismo, en parajes naturales impregnados de tranquilidad, paz, buen clima y paisajes de ensueño, propicios para la reflexión, el amor y la amistad.

Misión de la propuesta

Propiciar mediante la propuesta de un plan de superación a corto y mediano plazo, de las debilidades en la promoción del agro ecoturismo en Niquitao, así como el fomento de emprendimientos de economía social, mejorando y conservando la infraestructura turística.

PLAN DE ACCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA					
Objetivo	Estrategias	Finalidad	Actividades	Responsable	Recursos
Seleccionar estrategias para la superación de las amenazas del entorno mediante la promoción y el aprovechamiento de las fortalezas del agro ecoturismo de la población de Niquitao	Gestionar ante la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (<i>MINTUR</i>) la promoción y fomento del agro ecoturismo de Niquitao en cualquier época del año.	El aprovechamiento de los atributos turísticos, integrando al visitante al disfrute de los lluviosos, fríos y verdes paisajes del campo y cultivos en Niquitao	- Visita a las Corporación Trujillana de turismo. - Visita el Fondo Mixto de Turismo (<i>MINTUR</i>) . - Enviar a la Corporación de Trujillana de Turismo, .correspondencia de presentación junto a la presente propuesta - Enviar al Fondo Mixto de Turismo (<i>MINTUR</i>) región Trujillo, correspondencia de presentación junto a la presente propuesta	Dirección de Turismo de la Alcaldía del Municipio Boconó	<u>Materiales</u> Computador Papel y útiles de escritorio <u>Humanos</u> Secretaria Mensajero Director dependencia municipal <u>Otros</u> Transporte Viáticos
	Gestionar ante la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (<i>MINTUR</i>) la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao, y que incentiven a emprendedores locales y foráneos en la presentación de proyectos.	Constituir empresas de economía social que implementen sistemas productivos endógenos y de prestación de servicios turísticos en Niquitao.			
Presentar estrategias para la definición de la visión y misión de la propuesta usando las fortalezas para el logro de las oportunidades en la promoción del agro ecoturismo de Niquitao.	Promocionar el turismo en Niquitao con base en el interés que tiene la comunidad en constituir empresas de economía social en el área del turismo.	Mejorar la actual infraestructura de los servicios turísticos, aprovechando la capacidad de los emprendedores de Niquitao de ajustar la producción a la demanda durante temporadas altas	Diseñar y elaborar Trípticos, Volantes y páginas informativas para promocionar el agro ecoturismo en Niquitao. Diseñar campañas publicitarias para la promoción a través de los medios.	Corporación Trujillana de Turismo Dirección de Turismo de la Alcaldía del Municipio Boconó	<u>Materiales</u> Computador Papel y otros <u>Humanos</u> Técnico gráfico. Director dependencia municipal Empleados de los entes. <u>Otros</u> Transporte Viáticos
	Promocionar el agro ecoturismo de Niquitao y su potencialidad como portal romántico de los Andes, poseedor de grandes potencialidades turísticas.	Aprovechar las ventajas competitivas por el bajo nº de pueblos cercanos de interés turístico.	Diseño y elaboración de afiches publicitarios. Visitas de motivación a posibles promotores y funcionarios con pertinencia en turismo.		

Fuente: El Autor (2012)

Objetivo	Estrategias	Finalidad	Actividades	Responsable	Recursos
Especificar las estrategias que permitan la transformación de amenazas en oportunidades mediante la superación de las debilidades presentes en la promoción de agro ecoturismo en Niquitao	Gestionar ante la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (MINTUR) la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao, utilizando impresos y los medios de comunicación.	Publicitar el placer de integrarse verde, frío, húmedo y romántico paisaje campestre de Niquitao.	Diseñar y elaborar Trípticos, Volantes y páginas informativas para promocionar el agro ecoturismo en Niquitao.	Corporación Trujillana de Turismo Dirección de Turismo de la Alcaldía del Municipio Boconó	<u>Materiales</u> Computador Papel y otros <u>Humanos</u> Publicista. Director dependencia municipal Empleados de los entes. <u>Otros</u> Transporte Viáticos
	Gestionar ante los organismos competentes la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao, motivando a la comunidad en la constitución de empresas de economía social; proporcionando capacitación y apalancamiento financiero a las existentes.	Incrementar el número de proyectos destinados a constituir sistemas productivos y de servicios.	Diseñar e implementar campañas publicitarias para la promoción a través de los medios. Campaña de motivación a emprendedores para que presenten proyectos de constitución de empresas		
Basados en la matriz de análisis DO, describir en forma general, las gestiones ante los organismos competentes para la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao	Superar las debilidades para el aprovechamiento de las oportunidades que brinda el entorno para la promoción del agro ecoturismo en Niquitao	Capacitar a promotores y funcionarios de entes con pertinencia en la promoción del turismo en Niquitao.	Dictar charlas sobre la promoción del agro ecoturismo.	Corporación Trujillana de Turismo Dirección de Turismo de la Alcaldía del Municipio Boconó	<u>Materiales</u> Computador Papel y otros <u>Humanos</u> Facilitadores de charlas, talleres, cursos y entrenamiento Director dependencia municipal Empleados de los entes. <u>Otros</u> Transporte Viáticos
			Efectuar talleres sobre la promoción del Turismo.		
			Dictar cursos de capacitación a promotores del agro ecoturismo.		
	Ofertar programas de entrenamiento dirigido a los nuevos promotores turísticos.				
Superar las barreras que representan las deficiencias en promoción del agro ecoturismo, señalización y mantenimiento de las vías para acceder a los sitios más bellos y románticos del paisaje de Niquitao	Aprovechar la ventaja competitiva que representa el reducido nº de poblados con vocación turística situados en las cercanías o en la ruta hacia Niquitao.	Gestionar ante los organismos competentes el mantenimiento de las vías de acceso a los destinos turísticos en Niquitao			

Fuente: El Autor (2012)

ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Factibilidad técnica

El plan se considera factible en cuanto a lo técnico, por disponer la Dirección de Turismo de la Alcaldía del municipio Boconó, la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo de MINTUR región Trujillo de los equipos de computación para el procesamiento de información y transcripción de datos, equipos de comunicación y acceso a la Web, oficinas de diseño y diagramación gráfica, mobiliario de oficinas, archivadores, equipos de transporte, máquinas impresoras, fotocopadoras, fax, entre otros.

Factibilidad operativa

La propuesta se considera factible en lo operativo pues los entes con responsabilidad en la implementación de la propuesta, tienen los recursos no tangibles y el capital humano, que incluye profesionales en el área de turismo, diagramadores, creativos, diseñadores gráficos, técnicos en promoción, publicidad, mercadeo, personal de secretaría, empleados y obreros en ejercicio de las funciones requeridas para la implementación de la propuesta.

Factibilidad política

En el aspecto político, el plan de promoción del agro ecoturismo se considera factible de ejecutar por ajustarse al marco legal y a los postulados expresos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

en cuanto al turismo como actividad generadora de beneficios para la superación de la calidad de vida de los habitantes, así como en lo establecido en la Ley orgánica de turismo en lo referente a la promoción del turismo como actividad de carácter endógeno y la filosofía de actividad ecológica divulgadora de la cultura y la idiosincrasia autóctona de los venezolanos. Sin menoscabo del ejercicio de actividades productoras para la garantía alimentaria y la generación de fuentes de empleo tanto directos como indirectos.

Factibilidad económica

En cuanto a la factibilidad económica se debe considerar que tanto la Dirección de Turismo de la Alcaldía del municipio Boconó, la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (MINTUR) Valera, disponen de asignaciones presupuestarias para la cancelación de los montos de las nóminas inclusivas del personal de esas instituciones, que es requerido para la implementación de la propuesta.

Además, los entes a involucrar en el proyecto, cuentan con partidas específicas para la elaboración de material propagandístico de promoción del turismo en el municipio Boconó; pudiendo incluir en el presupuesto del próximo ejercicio fiscal, los montos no previstos tradicionalmente, pero, en el presente caso, corresponden complementariamente a la ejecución de actividades específicas del Plan para Promoción del Agro ecoturismo con Empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó estado Trujillo.

Factibilidad social

De conformidad a los datos de la diagnosis, la propuesta es factible

desde la perspectiva social, vista la intensión de los encuestados de Niquitao en cuanto a participar en la promoción del agro ecoturismo para generar ingresos y mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Síntesis de la propuesta

Nombre:

Plan para promoción del agro-ecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.

Tiempo de ejecución:

Indefinido de aplicación permanente.

Objetivo general:

Diseñar un plan estratégico para la promoción del agro ecoturismo con empresas de economía social en Niquitao

Objetivos específicos:

- Seleccionar estrategias para la superación de las amenazas del entorno mediante la promoción y el aprovechamiento de las fortalezas del agro ecoturismo de la población de Niquitao.

- Presentar estrategias para la definición de la visión y misión de la propuesta fundamentada en el uso de las fortalezas para el logro de las oportunidades en la promoción del agro ecoturismo de Niquitao como portal romántico.

- Especificar las estrategias que permitan la transformación de amenazas en oportunidades mediante la superación de las debilidades presentes en la promoción del agro ecoturismo en Niquitao.

- Describir en forma general, como producto de la matriz de análisis DO las gestiones ante los organismos competentes para la promoción a nivel nacional del agro ecoturismo en Niquitao

Visión de la propuesta

Coadyuvar en el logro a largo plazo de un mejor posicionamiento de Niquitao en el mercado como destino turístico, mediante la promoción a nivel regional y nacional de sus potencialidades y el uso de estrategias de penetración y publicidad que permitan ofertar el agro ecoturismo, en parajes naturales impregnados de tranquilidad, paz, buen clima y paisajes de ensueño, propicios para la reflexión, el amor y la amistad.

Misión de la propuesta

Propiciar mediante la propuesta de un plan de superación a corto y mediano plazo, de las debilidades en la promoción del agro ecoturismo en Niquitao, así como el fomento de emprendimientos de economía social, mejorando y conservando la infraestructura turística.

Responsables de ejecución:

La Dirección de Turismo de la Alcaldía del municipio Boconó, la Corporación Trujillana de Turismo y el Fondo Mixto de Turismo (MINTUR) Valera

Evaluación:

Comparando los logros con las actividades del plan de la propuesta.

Recursos:

Los relacionados en el plan de ejecución de la propuesta a estimar y presupuestar en el próximo ejercicio fiscal de los entes responsables.

www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACERENZA, Miguel A. (1991). **Administración del turismo**. Editorial Trillas. Edición 6. México.

AMADO, R., Cristalino, F. y Hernández, E. (2002). **El Diagnóstico Participativo como herramienta para la Elaboración de Proyectos Educativos**. Universidad del Zulia. Facultad de Humanidades y Educación. División de estudios para graduandos, Maracaibo Estado Zulia.

BARRERA, E. (2006). Turismo rural. **Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales en: Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales**. Sudamericana, Buenos Aires. 73 p.

BARRIOS, M. (2005). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**, Ed. FEDUPEL, Red. 2005. Caracas.

BAVARESCO de Prieto. Aura M. (2007). **Las técnicas de la investigación: Manual para elaboración de tesis, monografías, informes**. 8ª ed. 2007 320p Maracaibo (Venezuela): Imprenta Internacional C2008. -320p.

BRICEÑO, F. (2000) **Turismo 2020**. Ediciones IESA, Caracas.

CAMPO M. Sonia y Ugarte S. (2010). **Cuadernos ECOS-FUENLABRADA: Economía social para la construcción de oportunidades de empleo sostenible**. Cuadernos CIMAS 2010.

CARRILLO. (2008), **"Red Socialista de Innovación Productiva para el Desarrollo del Turismo Sostenible de la Comunidad de Jajó del**

municipio Urdaneta del estado Trujillo". Tesis de Maestría publicada en la Universidad de los Andes, NURR, Trujillo.

CHÁVEZ, Nilda (2001) **Metodología de la Investigación Educativa**. Editorial LUZ. Maracaibo. Venezuela.

CHIOSSONE, Tulio. (1991) **Diccionario Toponímico de Venezuela**. Monte Ávila Editores, Caracas.

CONSTITUCIÓN de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 36.860 del 30 de Diciembre de 1999.

CRESPO A; Marco, A. (2010) **Guía de diseño de proyectos sociales comunitarios bajo el enfoque del marco lógico. (Conceptos esenciales y aplicaciones)**. Edición mimeografiada del autor. Dirección electrónica: www.eumed.net/libros/2009/575 Caracas, marzo de 2010.

CROSBY, A; Moreda, A. 2005. **Desarrollo y Gestión del Turismo en Áreas Rurales y Naturales**. Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística, Madrid, ES. 205 p.

DAVID. R. (2004). **Conceptos de la Administración Estratégica**. 9ª ed. Editorial Prentice Hall. México.

DA ROS, Giuseppina (2005). **“La Cooperativa: Herramienta de Valorización del Potencial Humano y de Desarrollo de Capacidades Sociales, Organizaciones y Empresariales. La Experiencia de la Cooperativa de Producción Artesanal Centro de Bordados Cuenca”**. En: Revista de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito. Centro de Publicaciones. No. 75. Febrero.

DÁVILA, C. (2004) **Turismo como contribución al desarrollo regional sustentable en Venezuela.** Caso de estudio: Municipio Andrés Bello y Parroquia Jají. Mérida, Venezuela. Tesis doctoral no publicada, Universidad de Tubinga. Alemania.

DIAGRAMA de Pareto. (2001).
www.infomipyme.com/docs/general/.../gde_08.htm Guatemala
www.wikipedia.org/wiki/diagrama_de_pareto.htm

DÍAZ ALMADA, P. (2009) **Economía Social.**
<http://www.econolink.com.ar/economíasocial>. Junio 2009.

DICCIONARIO RAE. (2001). **Diccionario Real Academia Española.** DRAE. Vigésima Segunda Edición, 22ª Ed.

FERNÁNDEZ M. y Puig A. (2003) **El papel del cooperativismo en el turismo rural de la comunidad Valenciana,** CIRIEC-ESPAÑA.
www.ciriec.es, www.uv.es/reciriec

FERNÁNDEZ de Paz. (2006). **Revista de turismo y patrimonio Cultural (Pasos)** Vol. 4 Nº 1 pág. 1-12. 2006 De tesoro ilustrado a recurso turístico: El cambiante significado del patrimonio cultural. -1- www.pasosonline.org

FLORES, M. (2000) **Introducción a la teoría y técnica del turismo.** Vadell hermanos editores (2ª ed.) Caracas.

GARCIA H. Blanca. (2005). **Características diferenciales del producto turismo rural,** cuadernos de turismo 2005, 15; pp. 113-133 ISSN:1:139-7.861

HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista (2000), **Metodología de la Investigación**. Editorial McGraw Hill. Interamericana. México. DF.

ISHIKAWA, Kaoru (2007) **Diagrama causa efecto**. Reimpresión autorizada. Norma. México-Buenos Aires-Caracas.

KOTLER Phillips (2001), **Mercadotecnia**. Ediciones McGraw Hill. Hispanoamericana. México. DF.

LEY de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural. (Tomado de la Gaceta Oficial N° Extraordinario 4.623, de fecha 03 de septiembre de 1993).

LEY Orgánica del Turismo. (2001). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela**. Número: 39.612. Ministerio del Poder Popular para el Turismo. N° 007 Caracas, 01 de febrero de 2011.

LIN. Piao (1999), **Estadística Aplicada**. Editorial McGraw Hill. Interamericana. México. DF.

MARTINIC. S, y Walker, H. (1988). **La reflexión metodológica en el proceso de sistematización de experiencias de educación popular**. En cuadernos de recuperación bibliográfica de trabajo social, N° 3. La sistematización en el trabajo social. Santiago: Chile Pp. 53-70. 2008.

MAS H. María. (2007). **Desarrollo endógeno, cooperación y competencia**. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.

MOLINA E. Sergio. y Rodríguez A. Sergio. **Planificación integral del turismo: Un enfoque para Latinoamérica.** 2ª ed. México: Trillas, 1991 (reimp. 2005) 104p.

MONTERO Alcalá, Germán (2010) **Niquitao.** Edit. Brisas. Venezuela.

MORENO, N. (2010). **Lineamientos Estratégicos para la formulación de un Plan de Desarrollo Territorial Sustentable para el municipio Escuque.** Tesis de Maestría publicada en la Universidad de los Andes, NURR, Trujillo.

MORRISEY, G. 2001. **Introducción a la administración.** 1º edición. Fondo Editorial URBE. Maracaibo.

OCHOA H. Haydée. (2012). **Revista venezolana de gerencia (RVG)** año 10. Nº 31, 2005, 355-356. Universidad del Zulia (LUZ). ISSN 1315-9984. Editorial Las organizaciones de la economía social en la mira de la RVG. www.scielo.org.ve/pdf/rvg/v10n31/art01.pdf editorial - 31.vp:corelventura7.0

ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2009). Madrid, España.
omt@unwto.org
www.unwto.org

ORTIZ, F. (2006). **Metodología de la Investigación: el proceso y sus técnicas.** Ed. Limusa, S.A. de C.V. II edición. México.

PERDOMO y Villarreal (2003), **“Propuesta Agro turística para la Finca “VENAINCA” Estado Trujillo”**

PONCE, H. (2006) **La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las**

organizaciones productivas y sociales, Revista Contribuciones a la Economía, México.

QUESADA, R. 2005. **Elementos del turismo**. EUNED. San José, CR. 279 p.

RICO. G. Margarita. **El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León**. Cuadernos de turismo, julio-diciembre, número 016. Universidad de Murcia, España pp. 175-195.

RUBIO R. y Barria. (2005). **Epísteme de la economía: Una aproximación desde la economía social**. revistas.usta.edu.co/index.php/cife/article/download/157/137 Usta.edu.co.

SÁNCHEZ, Euclides. (2000). **Todos con la “Esperanza”. Continuidad de la Participación Comunitaria**. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Editorial Melvin.

SÓLA. E. (2004). **Mediterráneo económico**, Política turística en la era de la globalización. dialnet.Unirioja.es 2004.

UNIVERSIDAD Pedagógica Experimental Libertador (UPEL. 2003). **Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. 3ª edición 2003 FEDUPEL. Caracas Venezuela.

VILORIA B. Leticia. (2007) **Museo Doctor José Gregorio Hernández, una alternativa turística para el desarrollo local sostenible del centro poblado Isnotú (Municipio Rafael Rangel, estado Trujillo)**, Tesis de Maestría publicada en la Universidad de los Andes, NURR, Trujillo.



ANEXO A
INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDIS)
MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO



Encuesta para potenciales promotores de turismo

Estimado(a) amigo(a):

Usted ha sido seleccionado(a) para participar en una investigación científica de trabajo de grado y la aplicación de este instrumento tiene como finalidad recabar información para la elaboración de un **Plan para promoción del agroecoturismo con empresas de economía social de la parroquia Monseñor Jáuregui del municipio Boconó del estado Trujillo.**

Se agradece su valiosa colaboración al responder las preguntas que a continuación se le formula. Los resultados servirán para mejorar la calidad del trabajo. La información que usted aporte es confidencial, anónima y sólo será utilizada con fines netamente académicos.

Instrucciones:

.-Responda cada uno de los enunciados.

.-No deje preguntas sin responder.

.-Sea sincero en sus respuestas, ya que de ello depende la veracidad de los resultados de esta investigación.

.-Contesta marcando con una equis (X) la respuesta que exprese su opinión, de acuerdo a la siguiente escala:

<u>Criterio</u>	<u>Valoración</u>
Siempre (S)	5
Casi siempre (CS)	4
Algunas veces (AV)	3
Casi Nunca (CN)	2
Nunca (N)	1

Gracias por su colaboración

PARTE 1. PREGUNTAS ABIERTAS. PERCEPCIONES.

Ítem 1: ¿Cuáles sitios tiene Niquitao donde llevar a turistas y visitantes?

Ítem 2: ¿Dónde se pueden hospedar y disfrutar de comida criolla los turistas y visitantes de Niquitao?

Ítem 3: ¿Cómo se encuentran las vías hasta los sitios para mostrar a turistas y visitantes de Niquitao?

Ítem 4: ¿Por qué cree usted, vendrían turistas y visitantes a Niquitao?

Ítem 5: ¿Qué siembras o cultivos se les pudiera mostrar como interesantes a turistas y visitantes de Niquitao?

Ítem 6: ¿Se pudieran traer en cualquier fecha a turistas y visitantes para Niquitao?
¿Por qué?

Ítem 7: ¿Estaría interesada la comunidad en construir sitios para que se hospedaran turistas y visitantes a Niquitao?,

Ítem 8: ¿Qué impediría traer turistas y visitantes a Niquitao?

Ítem 9: ¿El gobierno asesora algunos proyectos para constituir nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos que puedan interesar a turistas y visitantes a Niquitao?, ¿Cuáles?, ¿Por qué?

Ítem 10: ¿Qué pueblos cercanos fuera de Niquitao son atractivos a turistas y visitantes que lleguen a Boconó?

Ítem 11: ¿Tienen servicios básicos los albergues y posadas? ¿En qué condición?

Ítem 12: ¿Cómo pagan los servicios los turistas y visitantes en Niquitao?

Ítem 13: ¿Cuáles cooperativas registradas en SUNACOOOP hay en Niquitao?

Ítem 14: ¿Qué es para usted agro turismo?

Ítem 15: ¿Qué entiende usted por ecoturismo?

www.bdigital.ula.ve

INSTRUCCIONES: Marque con una equis (X) la frecuencia con que las acciones que se describen a continuación se realizan. Considere una sola alternativa de respuesta. Atendiendo a la siguiente escala: **S:** Siempre, **F:** Frecuentemente, **AV:** Algunas veces; **CN:** Casi Nunca, **N:** Nunca

PARTE 2. PREGUNTAS CERRADAS

En esta parroquia	S	CS	AV	CN	N
Ítem 16: ¿Cada cuanto tiempo se dictan charlas sobre turismo en Niquitao?					
Ítem 17: ¿Cada cuánto tiempo se realizan talleres sobre promoción del turismo?					
Ítem 18: ¿Cada cuánto tiempo se reparten boletines informativos para la promoción del turismo en Niquitao?					
Ítem 19: ¿Con qué frecuencia se dictan cursos de cómo promocionar el turismo en Niquitao?					
Ítem 20: ¿Cada cuánto tiempo las instituciones del estado ofrecen entrenamiento a la población para la promoción del turismo de Niquitao?					
Ítem 21: ¿Con que frecuencia se utiliza la promoción del turismo para dar a conocer las costumbres y forma de vida del pueblo de Niquitao?					
Ítem 22: ¿Cada cuánto tiempo se debe hacer la promoción del turismo en Niquitao?					
Ítem 23: ¿Con que frecuencia se deben ofertar productos turísticos para satisfacer la demanda potencial por parte de turistas o visitantes?					
Ítem 24: ¿Con que frecuencia debe ajustarse la oferta en función de la demanda del turismo de Niquitao?					
Ítem 25: ¿Cada cuanto tiempo el gobierno subsidia la promoción del turismo en Niquitao?					
Ítem 26: ¿En qué oportunidades las cooperativas y demás empresas de economía social reciben créditos del Estado para la promoción del turismo en Niquitao?					

Gracias por su colaboración.



ANEXO B
INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDIS)
MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO



Encuesta para funcionarios de organismos públicos y de organización social con pertinencia en el desarrollo del turismo

Estimado(a) amigo(a):

Usted ha sido seleccionado(a) para participar en una investigación científica de trabajo de grado y la aplicación de este instrumento tiene como finalidad recabar información para la elaboración de un **Plan para promoción del agroecoturismo con empresas de economía social de la parroquia Monseñor Jáuregui del municipio Boconó del estado Trujillo.**

Se agradece su valiosa colaboración al responder las preguntas que a continuación se le formula. Los resultados servirán para mejorar la calidad del trabajo. La información que usted aporte es confidencial, anónima y sólo será utilizada con fines netamente académicos.

Instrucciones:

- .-Responda cada uno de los enunciados.
- .-No deje preguntas sin responder.
- .-Sea sincero en sus respuestas, ya que de ello depende la veracidad de los resultados de esta investigación.
- .-Contesta marcando con una equis (X) la respuesta que exprese su opinión, de acuerdo a la siguiente escala:

<u>Criterio</u>	<u>Valoración</u>
Siempre (S)	5
Casi siempre (CS)	4
Algunas veces (AV)	3
Casi Nunca (CN)	2
Nunca (N)	1

Gracias por su colaboración

PARTE 1. PREGUNTAS ABIERTAS. PERCEPCIONES.

Ítem 1: ¿Cuáles sitios tiene Niquitao donde llevar a turistas y visitantes?

Ítem 2: ¿Dónde se pueden hospedar y disfrutar de comida criolla los turistas y visitantes de Niquitao?

Ítem 3: ¿Cómo se encuentran las vías hasta los sitios para mostrar a turistas y visitantes de Niquitao?

Ítem 4: ¿Por qué cree usted, vendrían turistas y visitantes a Niquitao?

Ítem 5: ¿Qué siembras o cultivos se les pudiera mostrar como interesantes a turistas y visitantes de Niquitao?

Ítem 6: ¿Se pudieran traer en cualquier fecha a turistas y visitantes para Niquitao?
¿Por qué?

Ítem 7: ¿Estaría interesada la comunidad en construir sitios para que se hospedaran turistas y visitantes a Niquitao?,

Ítem 8: ¿Qué impediría traer turistas y visitantes a Niquitao?

Ítem 9: ¿El gobierno asesora algunos proyectos para constituir nuevas granjas, sembradíos o fábricas de productos típicos que puedan interesar a turistas y visitantes a Niquitao?, ¿Cuáles?, ¿Por qué?

Ítem 10: ¿Qué pueblos cercanos fuera de Niquitao son atractivos a turistas y visitantes que lleguen a Boconó?

Ítem 11: ¿Tienen servicios básicos los albergues y posadas? ¿En qué condición?

Ítem 12: ¿Cómo pagan los servicios los turistas y visitantes en Niquitao?

Ítem 13: ¿Cuáles cooperativas registradas en SUNACCOOP hay en Niquitao?

Ítem 14: ¿Qué es para usted agro turismo?

Ítem 15: ¿Qué entiende usted por ecoturismo?

INSTRUCCIONES: Marque con una equis (X) la frecuencia con que las acciones que se describen a continuación se realizan. Considere una sola alternativa de respuesta. Atendiendo a la siguiente escala: **S:** Siempre, **F:** Frecuentemente, **AV:** Algunas veces; **CN:** Casi Nunca, **N:** Nunca

PARTE 2. PREGUNTAS CERRADAS

En esta parroquia	S	CS	AV	CN	N
Ítem 16: ¿Cada cuanto tiempo se dictan charlas sobre turismo en Niquitao?					
Ítem 17: ¿Cada cuánto tiempo se realizan talleres sobre promoción del turismo?					
Ítem 18: ¿Cada cuánto tiempo se reparten boletines informativos para la promoción del turismo en Niquitao?					
Ítem 19: ¿Con qué frecuencia se dictan cursos de cómo promocionar el turismo en Niquitao?					
Ítem 20: ¿Cada cuánto tiempo las instituciones del estado ofrecen entrenamiento a la población para la promoción del turismo de Niquitao?					
Ítem 21: ¿Con que frecuencia se utiliza la promoción del turismo para dar a conocer las costumbres y forma de vida del pueblo de Niquitao?					
Ítem 22: ¿Cada cuánto tiempo se debe hacer la promoción del turismo en Niquitao?					
Ítem 23: ¿Con que frecuencia se deben ofertar productos turísticos para satisfacer la demanda potencial por parte de turistas o visitantes?					
Ítem 24: ¿Con que frecuencia debe ajustarse la oferta en función de la demanda del turismo de Niquitao?					
Ítem 25: ¿Cada cuanto tiempo el gobierno subsidia la promoción del turismo en Niquitao?					
Ítem 26: ¿En qué oportunidades las cooperativas y demás empresas de economía social reciben créditos del Estado para la promoción del turismo en Niquitao?					

R4 ¿Por cuál razón decidió visitar a Niquitao?

R5 ¿Cómo se enteró sobre la existencia de Niquitao como destino turístico?

R6 ¿Qué tipo de transporte utiliza en este viaje a Niquitao?

R7 ¿Qué le gusta o atrae más de Niquitao?

R8 ¿Qué no le gusta de Niquitao?

R9 ¿Qué otros poblados piensa visitar cerca de Niquitao?

R10 ¿Volvería usted a Niquitao?

R11 ¿Recomendaría a Niquitao como sitio turístico?

R12 ¿Ha recibido usted alguna información impresa o a través de la radio sobre los atractivos turísticos de Niquitao?

Gracias por su colaboración.

ANEXO D
INSTRUMENTO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL
CUESTIONARIO: ORGANIZACIÓN, CAPACITACIÓN, PLANIFICACIÓN Y
FACTIBILIDAD.

Estimado (a) Profesor (a)

Agradezco su valiosa colaboración para validar el cuestionario que a continuación encontrará. Esta servirá para recopilar los datos necesarios en una investigación titulada: PLAN PARA PROMOCIÓN DEL AGROECOTURISMO CON EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL DE LA PARROQUIA MONSEÑOR JÁUREGUI DEL MUNICIPIO BOCONÓ DEL ESTADO TRUJILLO, la cual será presentada como trabajo especial de grado ante el Núcleo Universitario "Rafael Rangel" de la Universidad de los Andes para optar al Título de Magíster Scientiae en Desarrollo Regional.

Agradeciendo de antemano su colaboración

Me suscribo de usted

Atentamente

AUTOR: Lcdo. Víctor Quevedo

1.- IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO.

Nombre y Apellido: _____

Institución donde trabaja: _____

Título: _____

2.- TITULO DE LA INVESTIGACIÓN: PLAN PARA PROMOCIÓN DEL AGROECOTURISMO CON EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL DE LA PARROQUIA MONSEÑOR JÁUREGUI DEL MUNICIPIO BOCONÓ DEL ESTADO TRUJILLO.

3.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

3.1.- OBJETIVO GENERAL:

Proponer un plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.

3.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la actual promoción del agro ecoturismo en Niquitao, parroquia Mons. Jáuregui, municipio Boconó, estado Trujillo
- Caracterizar las organizaciones de economía social existentes en Niquitao, para la identificación de su potencial contribución al desarrollo del agroecoturismo local.
- Especificar las características de la capacitación requerida por la comunidad para su participación en el desarrollo del agro-ecoturismo en Niquitao.
- Elaborar un plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.
- Analizar la factibilidad de implementación del plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao.

4.- VARIABLES QUE SE PRETENDEN MEDIR: Organización de economía social en agroecoturismo, Capacitación, Planificación y Factibilidad.

4.1- DIMENSIONES: de la variable: economía social, turismo, características. Teórica y práctica. Organizativa, operacional. Tipos.

5.- ESCALA:

De 1 a 5 puntos de la siguiente manera:

<u>CRITERIO</u>	<u>ESCALA</u>
Siempre (S)	5
Casi Siempre (CS)	4
Algunas veces (AV)	3
Casi Nunca (CN)	2
Nunca (N)	1

6.-OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES: en el cuadro siguiente se muestra la operacionalización de las variables de estudio: Capacitación, Diagnóstico Participativo, Participación y Cambio Organizacional.

Objetivo General: Proponer un plan para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, estado Trujillo.						
Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicador	Ítems		
				(1)	(2)	(3)
Caracterizar las organizaciones de economía social existentes en Niquitao, para la identificación de su potencial contribución al desarrollo del agro eco-turismo local.	Organización de Economía social en Agro ecoturismo	Economía social	Fortaleza Debilidad Amenaza	1,2, 3,4, 10,12,13, 14,15,16		1, 2, 3,
		Turismo	Oportunidad	5,6, 7,8, 9, 11		4, 5, 6,
		Características	Tipos EES Cantidad Calidad Servicios Pago Productos	22 23 24 25 26 27 28		7, 8, 9, 10 11, 12
Especificar las características de la capacitación requerida por la comunidad para su participación en el desarrollo del agroecoturismo en Niquitao.	Capacitación	Teórica	Charlas Talleres	17 18		
		Práctica	Boletines Cursos Formación	19 20 21		
Elaborar plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao, municipio Boconó, Edo. Trujillo	Planificación	Organizativa	Objetivos Metas Estrategia Recursos Visión y Duración Evaluación		Propuesta	
		Operacional				
Analizar la factibilidad de implementación del plan estratégico para la promoción del agroecoturismo con empresas de economía social en Niquitao	Factibilidad	Tipos	Técnica Operativa Política Económica Social		Análisis	

Fuente: Quevedo (2012) Elaboración propia a partir de los objetivos de la investigación.

7. CRITERIOS DE MEDICIÓN:

DIMENSION	ITEMS	PERTINENCIA						TIPO DE PREGUNTA		REDACCION	
		Contexto teórico		objetivos		indicador		Adec.	Inadc.	Adec.	Inadc.
		Adec.	Inade.	Adec.	Inadec.	Adec.	Inade.				
Economía social, turismo, características, teórica, práctica, organizativa. operacional y tipos											

8.- JUICIOS DEL EXPERTO:

- En líneas generales, considera que los indicadores de la variable están inmersos en su contexto teórico, de forma:

- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

Observaciones:

- Considera que los aspectos referidos en el instrumento miden los indicadores seleccionados para la variable de manera:

- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

Observaciones:

- El instrumento diseñado mide la variable:

- Suficiente
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

Observaciones:

- El instrumento diseñado es:

- Bastante adecuado
- Adecuado
- Medianamente adecuado
- Poco adecuado

Observaciones:

Matriz FODA

Fortalezas: Se refiere a las actividades que se llevan a cabo con excelencia.

Oportunidades: Son las condiciones del ambiente externo que pueden ayudar al logro de los objetivos.

Debilidades: Se refiere a la actitud que limita el éxito general de una organización.

Amenazas: Son las condiciones del ambiente que pueden obstaculizar los esfuerzos de una organización por lograr la eficiencia y la eficacia.

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas



ANEXO: E CONVOCATORIA

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"
COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y CULTURA
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDIS)
MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO.



Niquitao, 28 de noviembre de 2010.

Ciudadano(a)

Presente

Reciba un respetuoso y cordial saludo de parte de los maestrantes del postgrado en Desarrollo Regional de la Universidad de los Andes, "Núcleo Universitario Rafael Rangel" Trujillo

Nos dirigimos a usted, en la oportunidad de hacerle una especial invitación al **I Taller de Crecimiento Comunal en el marco de la I Jornada Comunitaria Educativa "Cultivando Saberes"** que se efectuará el día 12 de diciembre de 2010, a partir de las 8:00 am en la sede de la Escuela Bolivariana "Presbítero José Ricardo Gamboa" parroquia Monseñor Jáuregui del municipio Boconó, actividad que busca brindar herramientas de diagnóstico participativo, e identificación de problemas que estén afectando su comunidad.

Sin otro particular y agradeciendo altamente contar con su valiosa presencia, quedan de usted.

Atentamente

MSc. Leonardo Arguello
Asesor del Postgrado

Lcdo. Francisco Rondón
Maestrante

Lcdo. Víctor Quevedo
Maestrante

Lcda. Ysabel Cadenas
Maestrante

**Actores sociales
Convocados**

Consejo Comunal (C.C.) Batalla de Niquitao

C.C. La Laguna

C.C. La Flor de Escorá

C.C. El Volcán

C.C. La Peña

C.C. Loma del Santo

C.C. Loma de los Caballos

C.C. La Laguneta

C.C. Tirindi

C.C. El Alto del Say

C.C. Chejende

C.C. Ismambitis

C.C. Viticuy

C.C. El Llano

C.C. El Indio

C.C. El Picacho

C.C. Loma de la Oveja

-Empresas de Economía Social

-Instituciones

-Comunidad organizada en general.

**ANEXO: F
TRIPTICO**

Comité Organizador

Dra. Omaira García

Coord. Extensión y Cultura ULA-
NURR.

PhD. Benito Díaz

Prof. Tutor de la Maestría
Desarrollo Regional

MSc. Leonardo Argüello

Asesor-Facilitador del Taller

Maestranteros:

Lcda. Ysabel Cadenas

Lcdo. Francisco Rondón.

Lcdo. Víctor Quevedo

**"El arte supremo del maestro
es despertar la ilusión por la expresión
creativa y los conocimientos"**

Albert Eisten



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
N.U.R.R.
COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y CULTURA
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL
DESARROLLO
INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDIS)
MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**



**Taller De Crecimiento
Comunal en el Marco de la
I Jornada Comunitaria
Educativa
"CULTIVANDO
SABERES"**

NIQUITAO, 12 DE DICIEMBRE

Taller De Crecimiento Comunal en el Marco de la I Jornada Comunitaria Educativa "CULTIVANDO

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

ES UNA HERRAMIENTA

ES UN PROCEDIMIENTO SISTEMÁTICO ORIENTADO AL LOGRO DE UN DETERMINADO OBJETIVO, DONDE SE SEÑALAN ACTIVIDADES Y RECURSOS QUE SE NECESITAN: PERSONAS, MATERIALES, TIEMPO, DINERO.

¿QUÉ ES UN PROYECTO?

ES UNA PROPUESTA DE ACTIVIDADES Y RECURSOS DIRIGIDOS A ALCANZAR UN OBJETIVO CONCRETO Y DETERMINADO EN EL TIEMPO.

¿QUÉ ES UN PROBLEMA?

ES UNA SITUACIÓN INSATISFACTORIA QUE PUEDE MODIFICARSE.

Matriz FODA

Fortalezas: Se refiere a las actividades que se llevan a cabo con excelencia.

Oportunidades: Son las condiciones del ambiente externo que pueden ayudar al logro de los objetivos.

Debilidades: Se refiere a la actitud que limita el éxito general de una organización

Amenazas: Son las condiciones del ambiente que pueden obstaculizar los esfuerzos de una organización por lograr la eficiencia y la eficacia.

¿QUE ES UN CONSEJO COMUNAL?



SON INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN, ARTICULACIÓN E INTEGRACIÓN ENTRE LAS DIVERSAS ORGANIZACIONES COMUNITARIAS, GRUPOS SOCIALES Y LOS CIUDADANOS(AS) QUE PERMITEN AL PUEBLO ORGANIZADO EJERCER DIRECTAMENTE LA GESTIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y PROYECTOS ORIENTADOS A RESPONDER LAS NECESIDADES Y ASPIRACIONES DE LAS COMUNIDADES EN CONSTRUCCIONES DE UNA SOCIEDAD DE EQUIDAD Y JUSTICIA. (ART.2 L.O.C.C.)

DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO:

PROCESO SISTEMÁTICO QUE PERMITE CONOCER UNA SITUACIÓN DETERMINADA.

•Realidad cuyos efectos son

insatisfactorios, en un momento determinado •





UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
 CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
 NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAPAEL RANGEL"
 COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y CULTURA
 CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
 INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDIS)
 MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
 TRUJILLO ESTADO TRUJILLO



ASISTENCIA DEL I TALLER DE CRECIMIENTO COMUNAL EN EL MARCO DE LA I JORNADA COMUNITARIA EDUCATIVA
 "CULTIVANDO SABERES": E.B. "PRESBITERO JOSÉ RICARDO GAMBOA". DOMINGO, 12/12/2010.

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	C.I.	TELÉFONO	CONSEJO COMUNAL - EMPRESA - INSTITUCIÓN	FIRMA
01	Parades Demitila ✓	9379155	04216021166	C.E. Imapachitas	[Firma]
02	Parades Maria ✓	14737325	04161940937	C.E. Turindi	Parades Maria
03	Rangel Luis Mariona ✓	13450214	0416970242	C.E. Turindi	Rangel Mariona
04	Palencia Margarita ✓	13117632	04161244263	C.E. Turindi	Margarita Palencia
05	Albernoz Benigno ✓	5630675	04161383542	C.E. Batalla Miguel Vaca	Benigno Albernoz
06	Camacho de R. Leopoldo ✓	1632470	04209208180	Dulcinea San Rafael	Leopoldo Camacho
07	Sáez Fernando Antonio ✓	10257270	04165234080	C.E. Batalla Miguel Vaca	Fernando Sáez
08	Biceno Mercedes ✓	12319726	01269296866	C.E. Batalla Miguel Vaca	Mercedes Biceno
09	Sáez C. María Virginia ✓	10262790	04161336347	Comunidades	María Sáez
10	Tovar Leslie ✓	2989576	04162153716	Misión Sucre	Leslie Tovar
11	Camacho U. Ramon A ✓	4761790	04161097743	M.E.B. Pbro. Rubén de Caceres	Ramon Camacho
12	Camacho C. Gustavo ✓	3819774	04267720201	C.E. Batalla Miguel Vaca	Gustavo Camacho
13	Juguna Angel Mario J ✓	9417733	04267703325	C.E. Imapachitas	Angel Juguna
14	Delatoro Manuel ✓	1430244	0416812472	C.E. Jesús el Santo	Manuel Delatoro
15	Morera Sandy ✓	12332416	04247778558	Casa Maitecuelas	Sandy Morera
16	Sáez Maria ✓	14600852	04242234022	Casa Maitecuelas	Maria Sáez
17	Sáez Jose Luis ✓	10256068	04247724721	Casa Maitecuelas	José Luis Sáez
18	Borjas Rosalba ✓	17329318	04141106458	Comunidades	Rosalba Borjas
19	Maria SISO ✓	18301316	0416102028	Comunidades	Maria SISO
20	Huello Leticia ✓	5050028		C.E. Indio de Changué	Leticia Huello

ASISTENCIAS DE PARTICIPANTES A JORNADA EJECUTADA

ANEXO G



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
 CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
 NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"
 COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y CULTURA
 CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
 INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDS)
 MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
 TRUJILLO ESTADO TRUJILLO



ASISTENCIA DEL II TALLER DE CRECIMIENTO COMUNAL EN EL MARCO DE LA II JORNADA COMUNITARIA EDUCATIVA "SEMBRANDO SABERES": E.B. "PRESBITERO JOSÉ RICARDO GAMBOA". DOMINGO, 30/01/2011.

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	C.I.	TELÉFONO	CONSEJO COMUNAL - EMPRESA - INSTITUCIÓN	FIRMA
40	Alexis Batista	8-716 930 0416 378664		CC Palapa Joven	[Firma]
41	Madalena Quintero	10410 37 5072-400404		CC Vistaya	[Firma]
42	Ana Angel	5327 671 202-400235		CC El Nacido	Ana Angel
43	[Firma]	4317 605 200610013		Los Guapas, del Cañon	[Firma]
44	Miguel Araujo	1755000501161576531		CC El pueblo de Vistaya	[Firma]
45	Doña Rosa	53542210272400000		CC Flor de Escora	[Firma]
46	[Firma]	10164808 0024 328761		CC San R de la Bahía	[Firma]
47	Faumen Vega	9330283 0416 4704330		CC San R de la Bahía	[Firma]
48	Alba Ruiz	125346720232451876		CC Joma de Guano	[Firma]
49	Francisco Hernandez	1048910022 4004566		CC Los Vistales	[Firma]
50	Felipe Canadé	29323510426 7799976		CC Res en los Andes	[Firma]
51	Francisco Hernandez	1037022102224004506		CC Vistales	[Firma]
52	Alba Quintero	57304320424506413		CC Tuenda	[Firma]
53	Camacho Yuli	6751730		CC Tamboresubi	[Firma]
58	Francisca [Firma]	1233376101169381320		CC La Aguarda	[Firma]
59	URBANO MONTILLA	2983722 04247714958		CC SADA QUIPUY	[Firma]
60	LAURENCE COPEZAS	31052770101077743		JORNADA DON JEREZ	[Firma]
61	Barbara Tujat	4071573 04164536003		MICROEMPRESA HCS	[Firma]
62					
63					

ASISTENCIAS DE PARTICIPANTES A JORNADA EJECUTADA

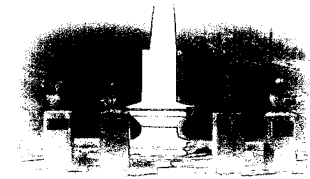
ANEXO G

ANEXO H

CERTIFICADO DE ASISTENCIA EN JORNADA DE CAPACITACION COMUNAL



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"
COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y CULTURA
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO
INTEGRAL SUSTENTABLE (CIDIS)
MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO



*Taller De Crecimiento Comunal en el
Marco de la I Jornada Comunitaria
Educativa "CULTIVANDO SABERES"*

Otorga a:

C.I.:

En calidad de: *Participante*

Realizado en sede de la Escuela Bolivariana Presbítero "José Ricardo Gamboa", Niquitao, Parroquia Mons. Jáuregui municipio Boconó, estado Trujillo; día Domingo, 12 de diciembre de 2010. Con una duración de 08 horas.



Dra. Omaira García
Coord. Extensión y Cultura
ULA-NURR

Ph. Dr. Benito Díaz
Prof. Tutor de la Maestría
Desarrollo Regional

Dr. William Materano
Coord. Maestría Desarrollo
Regional ULA-NURR

MSc. Leonardo Argüello
Asesor-Facilitador del
Taller

"Uno crece ayudando a sus semejantes, conociéndose así mismo y dándole a la vida más de lo que se recibe"

ANEXO I
REFERENCIAS FOTOGRAFICAS GENERALES



Calle Bolívar de Niquitao



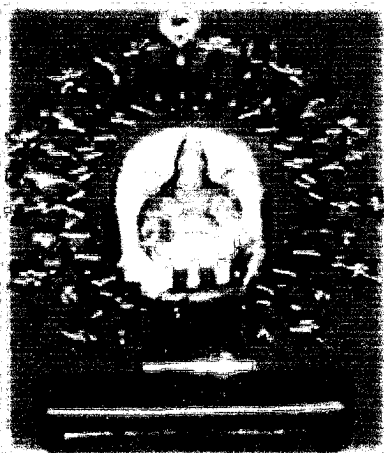
Calle Ribas-Paseo Sur



**Viaducto agrícola
"Batalla de Niquitao"**



Iglesia "San Bernabé de Niquitao"



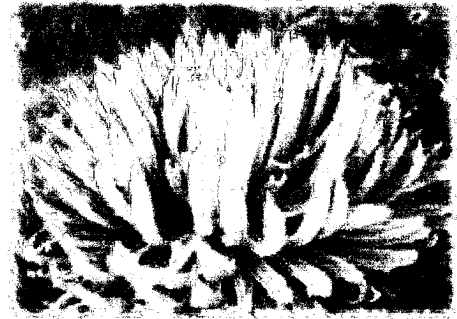
San Rafael de la Piedrita



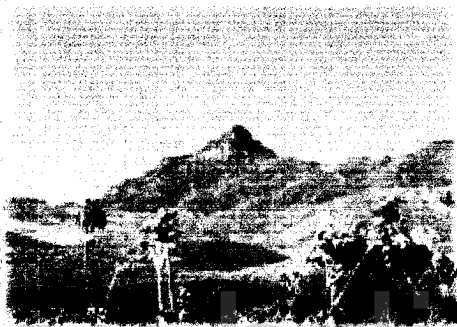
Monumento "La Columna"



**Laguna en las inmediaciones de la
"Teta de Niquitao"**



**Frailejón en las inmediaciones de la
"Teta de Niquitao"**



**Monumento natural
"Teta de Niquitao"**



**Laguna en las inmediaciones
de la "Teta de Niquitao"**



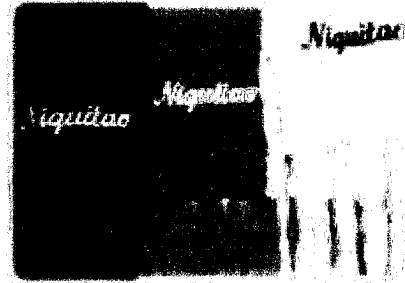
Artesanías de Niquitao



**Bartolo Azuaje Artesano
de Niquitao**



**Brigada de Rescate
de Niquitao**



Telares de Niquitao



Cultivo de Fresas



**Dulces típicos
de Niquitao**



**Sitio turístico
"Las Pailas" de Niquitao**



**Las muñecas
de Lucindita**



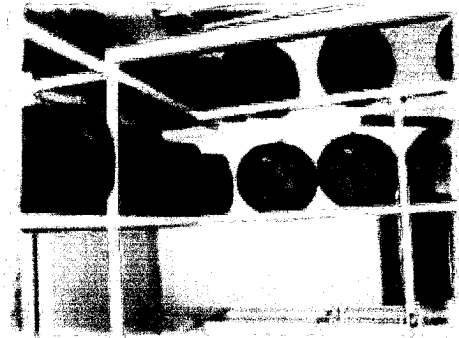
**Interior de Posada
Turística "Niquitao"**



Interior Mucoposada "Musí"



**Sitio turístico
"Plaza Bolívar de Niquitao"**



Barricas de vino "Batoni Mora"



**Casa de los Vinos
"Batoni Mora"**



**Telar de lana de ovejas
"Cecilio Santiago"**



Gilberto Santiago
Artesano de Niquitao



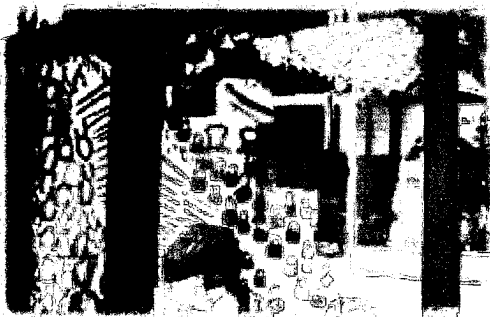
Isabel Moreno "Casa de las Mantecadas"



Fogón "Casa de las Mantecadas"



Mantecada



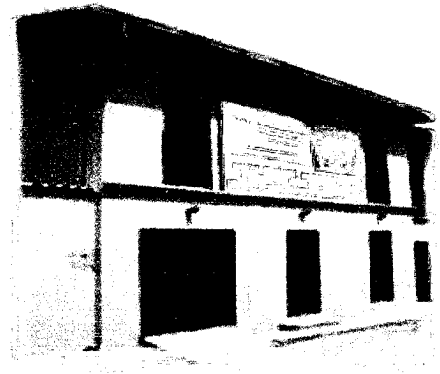
Museo "Casa de las Mantecadas"



Museo "Casa de las Mantecadas"



Museo "Casa de las Mantecadas"



Museo Comunitario "Mons. Jáuregui"



Interior Museo Comunitario "Mons. Jáuregui"



Interior Museo Comunitario "Mons. Jáuregui"



Interior Museo Comunitario "Mons. Jáuregui"



Calle Ribas de Niquitao



Paisaje Montañoso de Niquitao



Demarcación de Coordenadas Geográficas en relieve



Ruta Turística



Ruta Turística



Escalada de Montaña



Turismo de Aventura