



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA TURISMO

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PELILEO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

Trabajo de Titulación para optar al Título de Licenciado en Turismo

Autor:

Sánchez Panamito Kevin Alexander

Tutor:

PhD. José Medardo Álvarez Román

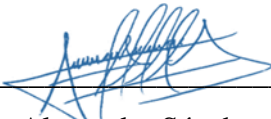
Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Kevin Alexander Sánchez Panamito, con cédula de ciudadanía 1150300562, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: “Oferta y Promoción Turísticas del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 31 de octubre del 2023



Kevin Alexander Sánchez Panamito

C.I:1150300562

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación "Oferta y Promoción Turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua ", bajo la autoría de Kevin Alexander Sánchez Panamito; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 31 días del mes de octubre de 2023



Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.

C.I:0601736770

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

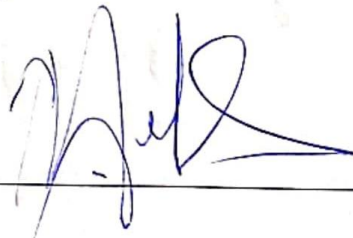
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Oferta y Promoción Turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, presentado por Kevin Alexander Sánchez Panamito, con cédula de identidad número 1150300562, bajo la tutoría de PhD. José Medardo Álvarez Román; certificamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 31 días del mes octubre 2023.

Mgs. Danilo Paul Quintana Puga.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

CERTIFICADO ANTI PLAGIO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **SÁNCHEZ PANAMITO KEVIN ALEXANDER** con CC: 1150300562, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**", cumple con el 9 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 18 de octubre de 2023



JOSE MEDARDO
ÁLVAREZ ROMÁN

PhD. Josi Medardo Álvarez Román
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación principalmente a mi abuelita que me ha ayudado desde el cielo. A mi madre, que me enseñó a luchar desde pequeño a pesar de las dificultades para alcanzar cada uno de mis objetivos.

Finalmente, a mi novia y a mi hermana que estuvieron durante mi proceso académico, quienes fueron mi mayor motivación para seguir adelante y no rendirme; y, a Oswaldo Díaz quien me demostró su apoyo incondicional al transcurso de mi vida para cumplir una parte de mi sueño.

Kevin Alexander Sánchez Panamito

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme salud y vida, y permitirme poder cumplir las metas establecidas. De la misma manera agradezco a mi madre por estar siempre en los buenos y malos momentos, apoyándome y aconsejándome. A los amigos que me han motivado a seguir adelante y finalmente agradezco a mi tutor PhD. José Álvarez Román, quien estuvo pendiente del proceso que se llevó a cabo para el desarrollo de mi proyecto de investigación.

Kevin Alexander Sánchez Panamito

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... 18

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... 20

2.1 Antecedentes20

2.2 Planteamiento del problema.....21

2.3 Formulación del problema.....21

2.3.2 Problemas específicos.....22

2.4 Justificación22

2.4.1 Justificación teórica22

2.4.2 Justificación práctica22

2.4.3 Justificación metodológica22

2.5 . Objetivos23

2.5.1 Objetivo general23

2.5.2 Objetivos específicos23

2.6 Marco Filosófico o Epistemología de la investigación.....23

2.6.1	Epistemología de Oferta Turística.....	23
2.6.2	Epistemología de Promoción Turística.....	23
2.7	Estado del Arte.....	24
2.7.1	Variable Independiente: Oferta Turística	24
2.7.2	Variable Dependiente: Promoción Turística.	25
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....		26
3.1	Tipo de Investigación.....	26
3.2	Diseño de la investigación	27
3.3	Técnicas de recolección de Datos	28
3.4	Población de estudio y tamaño de muestra	29
3.4.1	Población de estudio.....	29
3.4.2	Tamaño de la muestra.....	29
3.4.3	Selección de la muestra	30
3.5	Hipótesis	31
3.5.1	Hipótesis general	31
3.5.2	Hipótesis específicas.....	31
3.6	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.	31
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		32
4.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados.	32
4.2	Prueba de Hipótesis.....	43
4.2.1	Hipótesis general	43

4.2.2	Hipótesis específica 1	43
4.2.3	Hipótesis específica 2	44
4.2.4	Hipótesis específica 3	45
4.3	Discusión de resultados.....	45
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		46
5.1	Conclusiones	46
5.2	Recomendaciones	47
CAPÍTULO VI. PROPUESTA		47
6.1	Título de propuesta	47
6.2	Introducción	47
6.3	Objetivos	48
6.3.1	Objetivo General:	48
6.3.2	Objetivos Específicos:	48
6.4	Diseño de la propuesta	49
Referencias		77
ANEXOS		81
Anexo 1. Árbol de problemas.....		81
Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables.....		82
Anexo 3. Matriz de consistencia.....		85
Anexo 4. Encuesta de la variable independiente Oferta Turística.....		86
Anexo 5. Encuesta de la variable dependiente Promoción Turística		90

Anexo 6. Validación de instrumentos, variable independiente: oferta turística..	94
Anexo 7. Validación de instrumentos, variable dependiente: Promoción turística	98
Anexo 8. Resultados de la variable independiente: Oferta turística.....	102
Anexo 9. Resultados de la variable dependiente: Promoción turística.....	125

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Validación de los expertos.....	31
Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente	32
Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente	32
Tabla 4. Análisis de resultados de la variable independiente Oferta	34
Tabla 5. Análisis de resultados de la variable dependiente Promoción.....	39
Tabla 6. Prueba de hipótesis general	43
Tabla 7. Prueba de hipótesis específica 1	44
Tabla 8. Prueba de hipótesis específica 2	44
Tabla 9. Prueba de hipótesis específica 3	45
Tabla 10. Atractivos culturales y Naturales.....	51
Tabla 11. FODA	52
Tabla 12. Estrategia Fan Page	72
Tabla 13. Estrategia de la Página Instagram.....	75
Tabla 14. Genero de los prestadores de servicios.....	102
Tabla 15. Edad de los prestadores de servicios	103
Tabla 16. Nivel de instrucción de los prestadores de servicio.....	104
Tabla 17. Instalaciones turísticas	105
Tabla 18. Equipamiento turístico.....	106
Tabla 19. Infraestructura turística.....	107
Tabla 20. Facilidades turísticas.....	108
Tabla 21. Recursos turísticos.....	109
Tabla 22. Manifestaciones culturales	110
Tabla 23: Accesibilidad de los sitios naturales del cantón	111

Tabla 24. Recursos turísticos.....	112
Tabla 25. Servicio de alojamiento	113
Tabla 26. Servicio de alimentación	114
Tabla 27. Servicio de transporte	115
Tabla 28. Servicio de guianza.....	116
Tabla 29. La percepción de los atractivos y servicios turísticos.....	117
Tabla 30. Expectativa del turista	118
Tabla 31. Satisfacción del turista.....	119
Tabla 32. Tipo de servicio	120
Tabla 33. Medios de comunicación	121
Tabla 34. Atractivos turísticos para ofertar	122
Tabla 35. Atractivos turísticos del cantón Pelileo	123
Tabla 36. Manifestaciones culturales	124
Tabla 37. Indique su género.....	125
Tabla 38. Indique su edad.....	126
Tabla 39. Nivel de instrucción.....	127
Tabla 40. Lugar de procedencia.....	128
Tabla 41. Marketing sobre los atractivos turísticos	129
Tabla 42. Estrategias empleadas para la promoción.....	130
Tabla 43. Precio en relación con el valor de los servicios.....	131
Tabla 44. Promoción de los atractivos turísticos por sitios web.....	132
Tabla 45. Publicidad en el diario horizonte	133
Tabla 46. Promoción turística por medio de la televisión	134
Tabla 47. Difusión por redes sociales	135
Tabla 48. Necesidades del turista	136

Tabla 49. Preferencias de los turistas	137
Tabla 50. Motivo por el cual visita cantón Pelileo	138
Tabla 51. Medio de comunicación.....	139
Tabla 52. Tiempo de anticipo de viaje.....	140
Tabla 53. Con quien realiza viaje	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género de los prestadores de servicios	102
Figura 2. Edad de los prestadores de servicios.....	103
Figura 3. Nivel de instrucción de los prestadores de servicio	104
Figura 4. Instalaciones turísticas	105
Figura 5. Equipamiento turístico	106
Figura 6. Infraestructura turística	107
Figura 7. Facilidades turísticas	108
Figura 8. Recursos turísticos	109
Figura 9. Manifestaciones culturales.....	110
Figura 10. Accesibilidad de los sitios naturales del cantón.....	111
Figura 11. Recursos turísticos	112
Figura 12. Servicio de alojamiento.....	113
Figura 13. Servicio de alimentación.....	114
Figura 14. Servicio de transporte.....	115
Figura 15. Servicio de guianza	116
Figura 16. La percepción de los atractivos y servicios turísticos	117
Figura 17. Expectativa del turista.....	118
Figura 18. Satisfacción de turista	119
Figura 19. Tipo de servicio.....	120
Figura 20. Medios de comunicación	121
Figura 21. Atractivos turísticos para ofertar.....	122
Figura 22. Atractivos turísticos del cantón Pelileo.....	123
Figura 23. Manifestaciones culturales.....	124
Figura 24. Indique su género	125

Figura 25. Indique su edad	126
Figura 26. Nivel de instrucción	127
Figura 27. Lugar de procedencia	128
Figura 28. Marketing sobre los atractivos turísticos	129
Figura 29. Estrategias empleadas para la promoción	130
Figura 30. Precio en relación con el valor de los servicios	131
Figura 31. Promoción de los atractivos turísticos por sitios web	132
Figura 32. Publicidad en el diario horizonte	133
Figura 33. Promoción turística por medio de la televisión.....	134
Figura 34. Difusión por redes sociales	135
Figura 35. Necesidades del turista.....	136
Figura 36. Preferencias de los turistas	137
Figura 37. Motivo por el cual visita cantón Pelileo.....	138
Figura 38. Medio de comunicación.....	139
Figura 39. Tiempo de anticipo de viaje	140
Figura 40. Con quien realiza viajes	141

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Se aplica el método de investigación deductivo y analítico con un enfoque cuantitativo, cualitativo y de campo donde el instrumento básico para la investigación es una encuesta en función a la variable independiente “oferta turística” se aplicó a 31 prestadores de servicios del cantón Pelileo, de la variable dependiente “promoción turística” se aplicó a 230 turistas con el fin de obtener información de ambas variables, realizando su respectiva tabulación y el análisis, luego aplicar el alfa de Cronbach que contribuyó a determinar la confiabilidad de los instrumentos. Además, se utilizó el coeficiente de Pearson para comprobar las hipótesis planteadas, y con ello obtener las conclusiones y recomendaciones. Como resultados se aprecia que existe una deficiente promoción turística en el cantón Pelileo, observando que el 36,96% de los turistas lo visitaron por negocios. Se concluye que la oferta no se relaciona con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Finalmente, se propone implementar estrategias de marketing digital para mejorar la promoción turística.

Palabras clave: promoción turística, estrategias, marketing digital , oferta

ABSTRACT

The objective of this research project is to determine the relationship between the offer and the tourism promotion of the Pelileo canton, province of Tungurahua. The deductive and analytical research method is applied with a quantitative, qualitative and field approach where the basic instrument for the research is a survey based on the independent variable "tourism offer" was applied to 31 service providers in the Pelileo canton, from The dependent variable "tourism promotion" was applied to 230 tourists in order to obtain information on both variables, performing their respective tabulation and analysis, then applying Cronbach's alpha that contributed to determining the reliability of the instruments. In addition, the Pearson coefficient was used to verify the proposed hypotheses, and thereby obtain conclusions and recommendations. As a result, it can be witnessed that there is poor tourism promotion in the Pelileo canton, observing that 36.96% of tourists visited it for business. It is concluded that the offer is not related to the tourism promotion of the Pelileo canton, province of Tungurahua. Finally, it is proposed to implement digital marketing strategies to improve tourism promotion.

Keywords: tourism promotion, strategies, digital marketing, offer



Reviewed by:

Msc. Jhon Inca Guerrero.

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604136572

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.

El turismo contribuye significativamente con el desarrollo económico del país a la utilización de recursos naturales o culturales que posee. El cantón Pelileo también conocido como la “Ciudad Azul” forma parte de la provincia de Tungurahua la cual está ubicada en la Sierra Centro del Ecuador al suroccidente de la provincia de Tungurahua a 25km de la ciudad de Ambato y a 153km de la ciudad de Quito. El cantón está localizado en un lugar privilegiado rodeado de montañas, es evidente que cuenta con un gran potencial turístico.

La investigación se centró en la oferta y promoción turística del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua. La principal problemática es la limitada promoción turística, dando paso al bajo desarrollo de actividades turísticas, al mismo tiempo, se evidencio una disminución de calidad en la infraestructura que como resultado se tiene a turistas insatisfechos sin embargo uno de problemas es el inadecuado manejo de los recursos naturales y culturales, que en consecuencia se tiene la baja afluencia de turistas por la limitada promoción turística. El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua ha construido la ruta de los gigantes y el Comité de Turismo de Tungurahua ha elaborado una guía de la Ruta Agroturística Artesanal con el propósito de facilitar la información hacia el turista. Finalmente, se propone enfocarse en el marketing digital que contribuya a la promoción turística del cantón.

La finalidad del proyecto de investigación es analizar de qué manera se relaciona la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, teniendo como estrategias la promoción e incentivación a las autoridades y a la comunidad para que la publicidad permita el incremento del turismo.

La investigación se estructuró de la siguiente manera:

El capítulo I, contiene la introducción en la que se realiza una breve descripción del proyecto de investigación.

En el capítulo II, se encuentra el marco teórico en donde se fundamentó las bases teóricas, antecedentes y el planteamiento del problema que consta de la problemática objeto de estudio, objetivos y justificación.

En el capítulo III, describe la metodología, en este punto se detalla el tipo y diseño de investigación; además, se explica las técnicas e instrumentos que se utilizarán en la recolección de datos.

En el capítulo IV, se describe los resultados y la discusión que se dará a la comprobación de hipótesis mediante sus resultados, conclusiones e interpretación.

En el capítulo V, se encuentran las conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos durante el desarrollo del proyecto de investigación.

En el capítulo VI, se describe la propuesta, estrategias de marketing digital para la promoción turística del cantón Pelileo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes

Por su parte Moposita et al (2017), en su investigación “Análisis de la Oferta turística para las parroquias Malacatos y Vilcabamba en la provincia de Loja”. En su proyecto de investigación da a conocer un objetivo el cual es crear un catálogo de atractivos turísticos situados al sur del Ecuador en las parroquias Malacatos y Vilcabamba de la provincia de Loja, con un propósito de generar grandes beneficios para los lugares antes mencionados, acentuando que el turismo en la actualidad es una de las fuentes económicas más importantes a nivel mundial. En tal sentido, se empleó un tipo de investigación descriptiva-explicativa con enfoque mixto, para dar respuesta al comportamiento del fenómeno objeto de estudio. De esta manera, se logra hacer un análisis de la oferta turística en las parroquias Malacatos y Vilcabamba, en la provincia de Loja. (pág. 12)

El autor (Cuquiziala & Jaramillo, 2017) en su investigación, es el objetivo principal en diseñar un plan de promoción turística para el Cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas, que favorezca al aumento de los turistas y a la mejora en la calidad de vida de los pobladores. El Cantón posee una riqueza natural y cultural de gran importancia, por ello, primero se desarrollaron las fichas de inventario de atractivos del Ministerio de Turismo, para identificar los lugares con mayor potencialidad turística. Mediante la investigación se mostró que en el cantón posee actividades turísticas, el cual los moradores no han sabido aprovechar las oportunidades que la naturaleza favorece, por esta razón se espera que, mediante la promoción turística, este cantón se convierta en un icono potencial. (pág. 11)

Según el autor (Torres & Chilinguina, 2018), en su proyecto de investigación: “Realidad aumentada promoción turística” Se da a conocer la creación de una aplicación móvil de realidad aumentada para el mejoramiento y adecuado manejo de la promoción turística del cantón san pedro de Pelileo, provincia de Tungurahua con el fin de lograr aumentar el número de visitas de los turistas y una estabilidad económica para los pobladores. (pág. 14)

Según (Arias & Pilco, 2018), en su investigación tiene como objetivo la elaboración de estrategias de marketing digital para la generación de nuevas disposiciones en el mercado turístico promocionando la ciudad de Latacunga mediante las redes sociales (Facebook). es una herramienta importante para dar a conocer los diferentes tipos de atractivos turísticos y así elevar el potencial desarrollo turístico de la ciudad. (pág. 14)

2.2 Planteamiento del problema

2.2.1 Situación problemática

El cantón Pelileo, es un lugar muy privilegiado, cuenta con un potencial en turismo, comercio, gastronomía y cultura. Sin embargo, el cantón Pelileo tiene uno de los principales problemas en el área turística como es la falta de difusión de sus atractivos lo que ocasionada que el cantón tenga una deficiente difusión y promoción para atraer turistas provocando un desaprovechamiento de los atractivos turísticos. Además, se evidencia una desorganización de los procesos de comunicación por medios digitales, debido a que no se brindan capacitaciones a los prestadores de servicios sobre el marketing digital.

De acuerdo a López (2021) se refleja que el cantón Pelileo tiene un total de 31 prestadores de servicios, registrados en el catastro, estos abarcan, alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes y centro de recreación.

El cantón Pelileo cuenta con importantes atractivos culturales y naturales. En el trabajo de investigación se evidencia la deficiente promoción de los atractivos turísticos del cantón siendo uno de los problemas más relevante, también existe poca inversión en el ámbito turístico, por esta razón es importante aborda el problema y brindar estrategias que contribuyan al incremento turístico en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, mediante la identificación de la relación entre la oferta y la promoción turística.

Este proyecto de investigación es beneficio para los prestadores de servicios y para la comunidad en general, brindando estrategias que se pretenden incrementar la afluencia turística en el cantón Pelileo.

2.3 Formulación del problema

2.3.1 Problema general

¿Cómo se relacionan la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?

2.3.2 Problemas específicos

- ¿Cómo se relacionan los productos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo se relacionan los atractivos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo se relacionan mercado turístico con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?

2.4 Justificación

2.4.1 Justificación teórica

Se realizó una investigación exhaustiva para obtener información de fuentes secundarias y primarias, por medio de trabajos de titulación, sitios web, libros, artículos científicos, revistas referentes a la oferta y promoción turística en el cantón Pelileo que pueda ser aprovechada para el incremento del desarrollo turístico, con la participación de los pobladores y para el beneficio comunitario. Además, se realizó la investigación de fuentes primarias, lo que contribuirá significativamente con el conocimiento teórico respecto al tema, objeto del estudio.

2.4.2 Justificación práctica

En el presente trabajo de investigación se llevó acabo el levantamiento de información de los prestadores de servicios y de los turistas, en donde se podrá conocer los aspectos más relevantes para la promoción turística de los recursos y atractivos turísticos del cantón Pelileo.

Hoy en día la promoción turística es una herramienta, estratégica de las actividades turísticas con el objetivo de difundir tanto recursos naturales o servicios turísticos de un lugar.

2.4.3 Justificación metodológica

En el proyecto de investigación se utilizó técnicas y herramientas de elaboración de encuestas que permita la recolección de datos sobre la promoción turística, principalmente para incrementar la actividad turística en el cantón y brindar nuevas experiencias que satisfagan al

consumidor y de igual manera brindar estrategias que aporten al fortalecimiento de la promoción turística.

2.5 . Objetivos

2.5.1 Objetivo general

Determinar la relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

2.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación de los productos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Determinar la relación de los atractivos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Determinar la relación de los servicios turístico con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

2.6 Marco Filosófico o Epistemología de la investigación

2.6.1 Epistemología de Oferta Turística

Según Socatelli (2016), define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados en un determinado lugar geográfico y socio-cultural. Su objetivo es permitir, contribuir y favorecer el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos vendedores puedan comercializar en el mercado en un periodo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. La unión de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado, es lo que se define como el producto turístico. (pág. 1)

2.6.2 Epistemología de Promoción Turística

Según Ejarque Ejarque (2005), define la promoción como la comunicación de los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de complacer las exigencias

y servicios de los turistas; en definitiva, es tratar de persuadir al turista que merece la pena de visitar a un destino. (pág. 5)

Según Santamaria Santamaria (2014), menciona que, la promoción turística se basa en el aumento de los servicios turísticos. Los cuales, están compuestos por infraestructuras, las interacciones entre los turistas, las motivaciones de los consumidores, el tipo de actividades que promueve la oferta turística; y las condiciones que influyen en la toma de decisiones del consumidor. (pág. 11)

2.7 Estado del Arte

2.7.1 Variable Independiente: Oferta Turística

"Diseño de una propuesta de desarrollo turístico en el cantón Yaguachi para el fomento del turismo local" (Salazar & Yáñez , 2014), cuyo principal objetivo es lograr que la oferta turística del cantón sea de calidad y se diversifique por medio del aprovechamiento de los recursos naturales, culturales y humanos que posee. Los resultados muestran un escenario que contrapone la riqueza de los recursos naturales y culturales frente a las múltiples carencias detectadas en la infraestructura turística del cantón. Este hecho involucra la falta de apoyo al sector turístico por parte de las autoridades locales y a una parte de la población quienes realizan actividades vinculadas al turismo sin estar plenamente capacitados para ello. En respuesta a los resultados obtenidos se plantea el desarrollo de la propuesta a través de seis estrategias que se complementan entre sí para lograr el mejoramiento, desarrollo y promoción del producto turístico. (pág. 19)

“La oferta turística y su relación con el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños de agua santa, provincia de Tungurahua” Lascano, (2015). En el presente trabajo investigativo se analiza la situación actual de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, basándose en los beneficios que obtiene por la actividad económica que realizan, se identifica como problema central la informalidad del sector turismo a esta problemática se plantea como alternativa de solución la creación de un plan turístico organizacional, que mediante planes de acción desarrollara la inclusión de informales al sector formal, generando mayor organización en los operadores turísticos al ofertar el servicio. (pág. 17)

“La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística”. (López & López, 2016). En el presente trabajo se analiza la estacionalidad de la oferta turística en España y, especialmente, en las Comunidades Autónomas. Se comprueba los niveles de estacionalidad de la oferta turística en función de distintas variables, de forma independiente, como son el número de establecimientos turísticos abiertos, el número de plazas disponibles y el personal empleado en los alojamientos turísticos. Entre los resultados obtenidos, se puede señalar que la estacionalidad de la oferta turística es muy desigual en las regiones españolas y, además, es independiente de la intensidad de la oferta. (pág. 2)

2.7.2 Variable Dependiente: Promoción Turística.

“La promoción turística de los atractivos culturales del cantón Ambato y su impacto en el incremento de visitantes” Guananga, (2016). El presente trabajo hace referencia a la promoción turística de los atractivos culturales, considerando que esta puede ser la alternativa y una variante del desarrollo turístico. La promoción turística es de vital importancia para la ciudad si se quiere que sea vista un destino turístico de interés del turista. Hoy en día se puede utilizar varias herramientas de publicidad turística como anuncios publicitarios del destino turístico a través de diferente medios de comunicación, el uso del internet que es el más relevante y usado por los turistas que están de busca de nuevas experiencias por vivir, todo esto conllevará a que el futuro visitante puede tener información del lugar y mediante esto capte su atención y deseo de conocer un destino como tal, generando ingresos económicos para la ciudad ofreciendo a la población una nueva alternativa de desarrollo económico y aumentando la importancia al turismo. (pág. 14)

“Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos” Gutiérrez et al (2018). El objetivo de la investigación es analizar la promoción turística a través de las redes sociales que permitan la interacción de los usuarios, hoy en día se vive en un mundo digitalizado, de la tecnología y sobre las redes sociales. Dado que las redes sociales apoyan a la promoción mediante la difusión de los viajes de los turistas siendo un aporte para la promoción turísticas de los destinos de cada parte del mundo. (pág.5)

“Estrategia de marketing y la promoción turística de la comunidad shuyun Tsáchilas, cantón de Santo Domingo”, Acosta Benavides (2020). En el presente trabajo se destaca el desarrollo de una ruta turística que tiene las principales actividades de los diferentes sitios naturales. Por lo cual el presente trabajo investigativo tiene como objeto dar a conocer el potencial turístico de la comunidad Shuyun Tsáchilas, resaltando sus ventajas climáticas y

naturales. El principal problema es que radica su promoción turística a nivel local, lo que hace de este un lugar no sea muy conocido turísticamente para el resto del país, de esta manera la promoción de la provincia se elevara para incrementar el interés de turistas cercanos como en la ciudad de Quito. (pág. 8)

“Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España” Plumed, et al (2018). En el presente documento se considera se considera el desarrollo de un destino turístico, jugando un papel importante la planificación. En el caso de España, en los años 50 fue un boom del turismo generando ingresos y a su vez popularidad, y a su vez generando graves problemas medioambientales ya que aún no se prestaba atención a la sostenibilidad turística. Para que el desarrollo turístico de un destino sea sostenible es necesario implementar estrategias adecuadas, que permita, analizar la influencia que conlleva la promoción turística en la evolución de los destinos turísticos hacia la sostenibilidad. Este análisis muestra que la promoción turística juega un papel muy importante en el desarrollo y crecimiento de España como destino. (pág. 1)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1 Tipo de Investigación.

Investigación Documental: Según Sampieri H. (2014), La investigación documental es detectar, obtener y consultar la biografía y otros materiales que permitan obtener conocimientos y/o informaciones recogidas, de modo que puedan ser útiles para los propósitos de trabajos de estudio. (pág. 91)

Para el desarrollo de la presente investigación es necesario la búsqueda y obtención de información mediante artículos científicos, libros, tesis y sitios web los mismo que ayudo a la elaboración del marco teórico del mismo.

Investigación de campo: De acuerdo con el autor Rus Arias (2020), La investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema. (pág. 12)

En la investigación será de suma importancia al momento de realizar visitas a los diferentes tipos de atractivos turísticos y actores del turismo para la obtención de información que contribuya a proyecto de investigación.

Investigación cuantitativa: Según Arias (2021), La investigación cuantitativa es aquella que utiliza métodos cuantitativos e inferencia estadística con el objetivo de extrapolar los resultados de una muestra a una población.. (pág. 10)

Investigación cualitativa: La investigación cualitativa es un estudio que evita cuantificar los análisis por lo que Sampieri (2014), manifiesta intuir en los fenómenos explorándolos desde su ambiente natural, en la cual permite comprender el comportamiento y las características de los participantes de estudio. (pág. 358)

Se desarrollo un estudio estadístico de las encuestas aplicadas en el cantón Pelileo para luego ser pasada por el programa SPSS para la respectiva interpretación de la obtención de resultados.

3.2Diseño de la investigación

No experimental

Es aquella que se realiza sin manipular intencionalmente las variables. Es otras palabras, estudios en los que las variables independientes no se cambian intencionalmente. (Sampieri, 2014).

Se estudio el comportamiento de las variables de la investigación como son en su tiempo real. Es decir, las variables de estudio no serán manipuladas.

Transversal

Los diseños de las investigaciones transversal recopilan datos en el mismo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su circunstancia en un momento dado. (Sampieri, 2014).

La investigación transversal ayudó a la recolección de datos mediante una encuesta realizada a los prestadores de servicios y a los turistas.

Diseño Correlacional

Según Hernández Sampieri (2014), La investigación tiene como propósito medir el grado de relación entre dos o más conceptos o variables, se mide cada una de ellas y luego se pretende ver si están relacionadas o no en los mismos sujetos, y después se analiza la correlación. (pág. 98)

Se analizó la correlación de las dos variables, en este caso la variable independiente oferta y la variable dependiente promoción turística, con el fin de comprender la relación correlacional existente entre las dos variables.

3.3 Técnicas de recolección de Datos

Las técnicas son los procesos e instrumentos que son utilizados para el estudio del tema de investigación. Mediante estos métodos se puede obtener, examinar y recopilar información.

En la investigación presente se utilizarán las siguientes:

- **Encuesta:** Según Casas et la (2003). Se puede definir la encuesta como una técnica que utiliza para procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (pág. 143)
- **Cuestionario:** Según Casas et la (2003). Es un instrumento utilizado para recoger de manera organizada la información que permitirá dar cuenta de las variables que son de interés en cierto estudio, investigación, sondeo o encuesta. (pág. 1)

3.4 Población de estudio y tamaño de muestra

3.4.1 Población de estudio

La población involucrada se verá presenta en la investigación:

Población 1: Como primera población corresponde a 31 prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo, se obtuvo esta información del catastro turístico del cantón.

Población 2: Corresponde a 3530 turistas que ingresaron al cantón Pelileo en el año 2018, información tomada de la Dirección de Turismo del GADM Pelileo. Realizando las proyecciones hasta el año 2022, se tiene 4248 Turistas.

3.4.2 Tamaño de la muestra

Muestra 1: La primera muestra se consideró a los 31 prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo, en este caso, la muestra es igual a la población por cuanto es pequeña.

N°	Actividades turísticas de los prestadores de servicios	N° de Establecimientos de personas
1	Establecimiento de alojamiento	4
2	Establecimientos de Alojamiento y bebidas	23
3	Agencias de viajes	2
4	Centros de recreación	2
	Total	31

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Muestra 2: Para calcular el tamaño de la muestra se trabajó con los turistas

Fórmula de cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad (1)$$

Datos

N= 4248

E= 0,05

Z= 1,96

p= 0,80

q= 0,20

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

E= margen de error admisible (5%)

p= proporción de la población

q= probabilidad de fracaso o en contra

Z= Nivel de confianza 95% = 1,96)

E²= elevado a la potencia 2

Se utiliza la Ley de Pareto para realizar un análisis y mostrar la relación 80/20, que permita identificar los elementos mínimos 20% de ellos que, al resolverlos impactarán positivamente en un 80% de los resultados.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad (1)$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,80)(0,20)(4248)}{(4248) (0,05)^2 + (1,96)^2(0,80)(0,20)}$$

n =230encuestas

3.4.3 Selección de la muestra

Muestra 1: La selección de los 31 prestadores de servicio, no es probabilística, por cuanto se trabajó con toda la población del Catastro Turístico.

Muestra 2: La segunda muestra se seleccionó de manera aleatoria, es decir, el muestreo es probabilístico, donde todos los turistas tenían la posibilidad de ser encuestados para la investigación.

3.5 Hipótesis

3.5.1 Hipótesis general

Existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

3.5.2 Hipótesis específicas

- Los productos turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Los atractivos turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Los servicios turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

3.6 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

3.6.1 Validación de los expertos

3.6.1.1 Selección de los expertos

Para la validación de los instrumentos de la investigación se necesitó la aprobación por parte de 4 expertos de la carrera de Gestión Turística y Hotelera/ Turismo, tomando en consideración al tutor, y los 3 miembros del tribunal.

Tabla 1. Validación de los expertos

Nº	NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO	ASIGNACIÓN DEL TRIBUNAL
1	PhD. José Álvarez	Tutor
2	Mgs. Danilo Quintana	Miembro 1
3	Mgs. Renato Herrera	Miembro 2
4	PhD. Diego Calvopiña	Miembro 3

Elaborado por: Sánchez, K.2022

3.6.1.2 Confiabilidad de los instrumentos

Luego de haber obtenido la validación por parte de los expertos de la carrera se procedió a la aplicación de las encuestas, con el objetivo de recopilar datos de las variables (oferta) y (promoción), mediante el programa estadístico SPSS, se realizó el cálculo del coeficiente de Alfa de Cronbach para valorar la fiabilidad de cada uno de ellos.

3.6.1.3 Alfa de Cronbach, variable independiente oferta

Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
.832	15

Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos del programa SPSS y el cálculo del Alfa de Cronbach nos muestran que se aprueba la confiabilidad del instrumento de la variable independiente oferta con un valor de 0.832, es decir que está dentro del rango de aceptación como buen, admitiendo la aceptación de las encuestas.

3.6.1.4 Alfa de Cronbach, variable dependiente promoción

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
.915	9

Fuente: Encuestas aplicadas agosto 2022

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos del programa SPSS y el cálculo del Alfa de Cronbach nos muestran que se aprueba la confiabilidad del instrumento de la variable dependiente oferta con un valor de 0.915, es decir que está dentro del rango de aceptación como excelente, admitiendo la aceptación de las encuestas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados.

Se presente las siguientes tablas e interpretaciones

Indique el tipo de servicio turístico oferta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alimentación	23	74,2	74,2	74,2
	Alojamiento	4	12,9	12,9	87,1
	Agencia de viajes	2	6,5	6,5	93,5
	Centros de recreación	2	6,5	6,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 74,19% pertenece a alimentación, el 12,90% pertenece alojamiento, el 6,45% agencia de viajes y el 6,45% pertenece a los centros de recreación.

¿A través de que medio de comunicación se informa antes de realizar su viaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	5	2,2	2,2	2,2
	Redes sociales	225	97,8	97,8	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 97,83% se informan mediante las redes sociales, y un 2,17% por medio de la televisión. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo se informan a través de redes sociales.

4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente oferta turística.

A continuación, se presentará los resultados obtenidos de la encuesta a los prestadores de servicios del cantón Pelileo.

Tabla 4. Análisis de resultados de la variable independiente Oferta

N°	Ítem	Resultado
1	Indique su genero	Mediante los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se determina que el 54,84% de los prestadores de servicios son de género masculino y el 45,16% al género femenino. Se concluye que la mayor parte de los prestadores de servicios son de género masculino.
2	Indique su rango de edad	<ul style="list-style-type: none">• La edad promedio de los prestadores de servicios es de 31-40 años que corresponde al 67,74%, seguido del 16,13% que corresponde a los prestadores de servicios de 41-50 años de igual manera con 16,13% que corresponde a los prestadores de servicios de 18-30 años. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios que es el 67,74% de los servicios turísticos que tienen una edad de 31-40 años.
3	Indique su nivel de instrucción	<ul style="list-style-type: none">• De acuerdo a las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio del cantón Pelileo el 61,29% de los encuestados tienen una educación de superior universitaria mientras que el 38,71% tiene una educación de bachillerato.
4	Las instalaciones turísticas del cantón Pelileo son:	<ul style="list-style-type: none">• Mediante las encuestas obtenidas de los prestadores de servicios corresponde al 64, 52% consideran que las instalaciones turísticas son buenas, el 22,58 considera que las instalaciones turistas son muy buenas y por último el 12,90% considera que las instalaciones turísticas son malas.
5	El equipamiento turístico del cantón Pelileo es:	<ul style="list-style-type: none">• De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios corresponde el 48,39% el equipamiento turístico es bueno, el 41,94% consideran que es muy

- bueno, mientras que el 6,45% consideran que es excelente y por último el 3,23% es malo, por lo tanto, se concluye que el equipamiento del cantón Pelileo es considerado bueno.
- 6 La infraestructura turística del cantón Pelileo es:
 - Los resultados obtenidos mediante los prestadores de servicios el 45,16% consideran la infraestructura del cantón Pelileo como bueno, el 32,26% es considerado como muy bueno, el 12,90% es considerado como malo y por último el 9,68% es considerado como excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios que la infraestructura del cantón Pelileo es considerado bueno.
 - 7 Las facilidades turísticas del cantón Pelileo son:
 - Mediante los resultados obtenidos hacia los prestadores de servicios corresponde al 48,39% que las facilidades turísticas son consideradas buenas, el 19,35% es considerado como muy bueno y malo, por último, el 12,90% es considerado excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran las facilidades turísticas como buenas para el cantón Pelileo.
 - 8 Los recursos humanos que trabajan en el ámbito turístico son:
 - De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios corresponde al 54,84% los recursos humanos del cantón Pelileo es bueno, el 25,81% es considerado como muy bueno, el 12,90% es malo y por último el 6,45% es considerado como excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran que los recursos humanos son buenos en el cantón Pelileo.
 - 9 Las manifestaciones culturales del cantón Pelileo son:
 - Los resultados obtenidos mediante los prestadores de servicios corresponden al 48,39% de las manifestaciones culturales son consideradas como buenas, el 22,58%

- es considerado como muy bueno, el 25,81% es excelente y por último el 3,23% es malo, por lo tanto, las manifestaciones culturales del cantón Pelileo son consideradas como buenas.
- 10** Califique el estado de accesibilidad en que se encuentran los sitios naturales del cantón Pelileo:
- Mediante los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 45,16% de accesibilidad a los sitios naturales es bueno, el 25,81% corresponde a malo, el 19,35% corresponde a muy bueno y por último el 9,68% es excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran que las vías de accesibilidad hacia los sitios naturales son consideradas como bueno.
- 11** Los recursos turísticos del cantón Pelileo son.
- De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 48,39% de los recursos turísticos es bueno, el 25,81% es considerado muy bueno, el 16,13% es considerado como excelente y el 9,68% es malo, por último, los prestadores de servicios consideran que el cantón Pelileo que los recursos turísticos que posee son buenos.
- 12** El servicio de alojamiento del cantón Pelileo es:
- Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 45,16% del servicio de alojamiento es considerado como muy bueno y bueno y el 9,68% es considerado como excelente, por último, los prestadores de servicios consideran que el servicio de alojamiento es considerado como muy bueno y bueno.
- 13** El servicio de alimentación del cantón Pelileo es:
- De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 54,84% del servicio de alimentación es considerado muy bueno, el 22,58% es considerado bueno y excelente teniendo así por último que los prestadores de servicios

- consideran el servicio de alimentación como muy bueno.
- 14** El servicio de transporte del cantón Pelileo es:
- Mediante los resultados obtenidos de los prestadores el 51,61% de servicios de transporte es considerado como bueno, el 41,94% es considerado muy bueno y por último el 6,45% es excelente, por último, los prestadores de servicios consideran el servicio de transporte como bueno
- 15** El servicio de guianza del cantón Pelileo es:
- Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 51,61% el servicio de guianza en el cantón es muy bueno, el 38,71% es considerado como bueno y por último el 9,68% es excelente, por ende, los prestadores de servicios consideran el servicio de guianza como muy bueno.
- 16** La percepción que tiene el turista de los atractivos y el servicio turístico del cantón Pelileo es:
- Mediante los resultados obtenido de los prestadores de servicios el 45,16% consideran que los atractivos y los servicios que tiene el cantón Pelileo es muy bueno, el 38,71% es considerado como bueno, el 9,68% es considerado como excelente y por último el 6,45% es considerado como malo, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran que los turistas se llevan una percepción de muy bueno del lugar.
- 17** Las expectativas del turista en el cantón Pelileo es:
- De acuerdo a los resultados obtenidos los prestadores de servicios el 48,39% de las expectativas del cantón es bueno, el 35,48% es considerado como bueno, el 9,68% es considerado como malo y por último el 6,45% es considerado como excelente, teniendo, así como finalizado que los prestadores de servicios consideran que los turistas tienen una buena expectativa del cantón de bueno.

- 18 Califique la satisfacción que se lleva el turista del cantón Pelileo es:
- Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 38,71% es la satisfacción que se lleva el turista de bueno, el 35,48% es considerado como muy bueno, el 12,90% es considerado como excelente y malo teniendo así por último que los prestadores de servicios consideran que el turista se lleva una satisfacción de bueno.
- 19 Indique el tipo de servicio turístico oferta
- Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 74,19% pertenece a alimentación, el 12,90% pertenece alojamiento, el 6,45% agencia de viajes y el 6,45% pertenece a los centros de recreación.
- 20 ¿A través de qué medios de comunicación promociona sus servicios turísticos?
- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios el 100,00% promociona sus servicios mediante las redes sociales
- 21 ¿Considera que el cantón Pelileo posee atractivos turísticos para ofertar?
- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios el 100,00% está de acuerdo que el cantón Pelileo posee atractivos turísticos para ofertar.
- 22 ¿Cuál es el atractivo turístico más visitado del cantón Pelileo?
- Mediante los resultados obtenidos se determina que el 100,00% de los prestadores de servicios están de acuerdo que las manifestaciones culturales del cantón Pelileo ayudan a fomentar el turismo.
- 23 ¿Las manifestaciones culturales ayudan a fomentar el turismo dentro del cantón Pelileo?
- Mediante los resultados obtenidos se determina que el 100,00% de los prestadores de servicios están de acuerdo que las manifestaciones culturales del cantón Pelileo ayudan a fomentar el turismo.

Fuente: Encuestas aplicadas a los prestadores de servicios del cantón Pelileo.
Elaborado por: Sánchez, K.2022

4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente oferta turística.

A continuación, se presentará los resultados obtenidos de la encuesta a los turistas que ingresan al cantón Pelileo.

Tabla 5. Análisis de resultados de la variable dependiente Promoción

N°	Ítem	Resultado
1	Indique su genero	<ul style="list-style-type: none"> Mediante los resultados obtenidos se determina que el 50,87% de turistas que visitan el cantón Pelileo son de género masculino y el 49% al género femenino. Esto concluye que el cantón Pelileo es visitado por el género masculino con un 50,87%.
2	Indique su rango de edad	<ul style="list-style-type: none"> A partir los resultados obtenidos de edad sobre el promedio de turistas que visitan el cantón Pelileo se determina que el 41,30% están en el rango de 31-41 años, mientras que un 39,57% está en el rango de 18-30 años, por lo tanto, un 19,13% abarca a los que están en un rango de 41-50.
3	Indique su nivel de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo al nivel de instrucción de los turistas encuestas que visitan el cantón Pelileo el 55,65% de los encuestados tienen una educación de bachillerato mientras que el 35,65% hace referencia a un nivel de universitario y el 8,70% hace referencia a superior no universitaria. Esto se concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo tienen un nivel de bachillerato con el 55.65%.
4	Indique su lugar de procedencia	<ul style="list-style-type: none"> Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan y cantón Pelileo demuestran que un 30,43% son de Ambato, un 21,74% son de Riobamba, mientras que un 14,78% son de

- Latacunga y con un 10,87% de la ciudad de Quito. Esto concluye que los turistas que visitan el cantón Pelileo son de la ciudad de Ambato.
- 5 El marketing empleado sobre los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo es:
 - Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 74,35% es bueno, un 16,96% muy bueno, mientras que un 7,83% el marketing es malo y un 0,87% es excelente, por lo tanto, se concluye diciendo que los turistas que visitan el cantón Pelileo creen que el marketing empleado es muy bueno.
 - 6 Las estrategias empleadas para realizar la publicidad de los atractivos turísticos del cantón Pelileo son:
 - De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 54,78% es bueno, un 28,70% muy bueno mientras que un 12,17% es malo y un 4,35% es excelente, por lo tanto, se concluye que los turistas que visitan el cantón Pelileo creen que las estrategias empleadas para la publicidad del cantón Pelileo es bueno.
 - 7 El precio en relación con el valor de los servicios en los atractivos turísticos del cantón Pelileo es:
 - A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 57,83% es bueno, un 21,74% muy bueno mientras que un 12,81% es excelente y un 7,83% es malo, por tanto, se concluye que los turistas están conformes con la relación al precio de los atractivos turísticos.
 - 8 La promoción de los atractivos turísticos por medio de los sitios web del cantón Pelileo es:
 - Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 50,00% es bueno, un 24,35% es malo mientras que un 18,26% es bueno y un 7,39% es excelente, por lo tanto, se concluye que la publicidad mediante el diario horizonte de los atractivos turísticos es muy buena.

- 9** La publicidad que se realiza en el diario horizonte sobre atractivos turísticos del cantón Pelileo es:
- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 52,17% es bueno, un 26,09% es muy buena mientras tanto un 16,09% es mala y un 5,65% es excelente, se concluye que la publicidad mediante el diario horizonte de los atractivos turísticos es buena.
- 10** La promoción turística del cantón por medio de la televisión es:
- A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 48,70% es buena, un 24,78% es muy bueno mientras que un 20,87% bueno y un 5,65% es excelente. Esto concluye que la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo es buena.
- 11** La difusión por redes sociales de información de atractivos turísticos del cantón Pelileo es:
- A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 52,61% es bueno, un 29,13% es muy bueno mientras que un 9,57% es mala y un 8,70% es excelente esto concluye que la difusión de atractivos mediante las redes sociales es buena.
- 12** Como considera a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo de tomar las necesidades del turista son:
- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 53,48% es bueno., un 27,83% es muy bueno mientras que un 12,17% es mala y un 6,52% es excelente. Esto se concluye con un resultado con un 53,48% que las necesidades de los turistas son tomadas en cuenta por los prestadores de servicios.
- 13** Califique las preferencias de los turistas en los servicios turísticos son:
- Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 57,39% es bueno, un 25,22% es muy bueno mientras que un 9,57% es mala y un 7,83% es excelente. Esto concluye que los

- servicios turísticos del cantón Pelileo son buenos para los turistas con un 57,39%.
- 14** Motivo por el cual visita el cantón Pelileo es
- Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 36,96% es de negocios, un 31,74% visitan por ocio y un 31,30% visitan el cantón Pelileo por vacaciones. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo son personas que más realizan negocios con el cantón.
- 15** ¿A través de que medio de comunicación se informa antes de realizar su viaje?
- Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 97,83% se informan mediante las redes sociales, y un 2,17% por medio de la televisión. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo se informan mediante las redes sociales para el conocimiento de los atractivos.
- 16** ¿Cuánto tiempo de anticipo planea el viaje?
- Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 66,52% planean sus viajes con una semana de anticipación, un 31,30% con un mes de anticipación, y un 2,17% con dos meses. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo realizan sus viajes con una semana de anticipación.
- 17** ¿Con quién realiza viajes?
- Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 44,35% planean sus viajes con familia, un 33,04% con amigos, y un 22,61% solos. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo realizan sus viajes acompañados de la familia.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas que visitan el cantón Pelileo
Elaborado por: Sánchez, K.2022

4.2 Prueba de Hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

a) **H₁**. Existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H₀. No existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

b) $\alpha=0,05$

Tabla 6. Prueba de hipótesis general

		Promoción Turística	Oferta Turística
Promoción Turística	Correlación de Pearson	1	.007
	Sig. (bilateral)		.972
	N	230	31
Oferta Turística	Correlación de Pearson	0,007	1
	Sig. (bilateral)	0,972	
	N	31	31

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

c) **Decisión:** Dado que Sig. es 0,972 mayor al nivel de significancia 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (H₁) y se acepta la hipótesis nula (H₀). Es decir, no existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Además, la Correlación de Pearson, 0,007, es muy baja.

4.2.2 Hipótesis específica 1

a) **H₁**. Los Productos turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H₀. Los productos turísticos no se relacionan con la promoción turísticas del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

b) $\alpha=0,05$

Tabla 7. Prueba de hipótesis específica 1

		Productos Turísticos	Promoción Turística
Productos Turísticos	Correlación de Pearson	1	,705**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	230	31
Oferta Turística	Correlación de Pearson	,705**	1
	Sig. (bilateral)	0,937	
	N	31	31

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

- c) **Decisión:** Dado que Sig. es 0,937 mayor al nivel de significancia 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (Hi) y se acepta la hipótesis nula (Ho). Es decir, no existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Además, la Correlación de Pearson, 0,705, es muy baja.

4.2.3 Hipótesis específica 2

- a) **H₁.** Los atractivos turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- H₀.** Los atractivos turísticos no se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- b) $\alpha=0,05$

Tabla 8. Prueba de hipótesis específica 2

		Atractivos Turísticos	Promoción Turística
Atractivos Turísticos	Correlación de Pearson	1	,667**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	31	31
Oferta Turística	Correlación de Pearson	,667**	1
	Sig. (bilateral)	0,413	
	N	31	31

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

- c) **Decisión:** Dado que Sig. es 0,413 mayor al nivel de significancia 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (Hi) y se acepta la hipótesis nula (Ho). Es decir, no existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Además, la Correlación de Pearson, 0,667, es muy baja.

4.2.4 Hipótesis específica 3

- a) **H₁.** Los servicios turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H₀. Los servicios turísticos no se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

- b) $\alpha=0,05$

Tabla 9. Prueba de hipótesis específica 3

		Servicios Turísticos	Oferta Turística
Servicios Turísticos	Correlación de Pearson	1	,556**
	Sig. (bilateral)		0,001
	N	230	31
Oferta Turística	Correlación de Pearson	,556**	1
	Sig. (bilateral)	0,001	
	N	31	31

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

- c) **Decisión:** Dado que Sig. es 0,001 mayor al nivel de significancia 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (Hi) y se acepta la hipótesis nula (Ho). Es decir, no existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua. Además, la Correlación de Pearson, 0,556, es muy baja

4.3 Discusión de resultados

La discusión son los resultados alcanzados, justifican los aportes de la oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

López , 2021 en su trabajo de investigación trabajo en un marketing digital y productos turísticos del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua se define como una necesidad para mejor

la reactivación económica mediante estrategias de marketing digital que permita promocionar los productos del cantón mejorando los ingresos y que contribuya a la mejora de calidad de vida de la zona.

A diferencia del autor López la propuesta se enfoca en la promoción de los atractivos turísticos y servicios turísticos ofertados en el cantón Pelileo. Durante el desarrollo del proyecto de investigación se logró evidenciar la deficiente promoción turística existente. Por ende, se procedió a trabajar en una propuesta la cual se plantea estrategias que contribuirán a promocionar los atractivos turísticos y los servicios con el fin de incrementar la afluencia turística.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- De los resultados obtenidos, se concluye que no existe relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. De esta manera es necesario que las autoridades planifiquen, gestionen e incentiven a los prestadores de servicio para mejorar la oferta y promocionar sus productos para el crecimiento del turismo como actividad económica.
- No existe relación entre los productos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Por tanto, se concluye que es evidente la necesidad de creación de estrategias de promoción y convertirlo en una oportunidad de crecimiento económico.
- Los atractivos turísticos no tienen relación con la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Es decir, el potencial turístico que tiene el cantón

Pelileo se debe aprovechar de mejor manera cada uno de los recursos existentes para la afluencia turística.

- No existe relación entre el servicio turístico y la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. Es evidente la necesidad de creación y el fortalecimiento de los servicios turísticos claves mediante herramientas estratégicas que contribuyan a la explotación del mismo.

5.2 Recomendaciones

- Elaborar estrategias de marketing digital con el fin que ayude a la oferta y promoción turística en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua con el objetivo de darse a conocer y el mismo ayude al crecimiento del turismo en el cantón.
- Es recomendable la creación de nuevos productos turísticos con la ayuda del GAD Municipal impulsando al diseño de productos turísticos innovadores para la visita de turistas al cantón.
- Es necesario que las autoridades competentes consideren capacitaciones sobre la promoción turística para incrementar la visita de turistas en el cantón Pelileo.
- Es de gran importancia que los prestadores de servicios trabajen con la innovación de los servicios turísticos y promoción turísticos de tal manera que al turista le llame la atención el cantón.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Título de propuesta

Estrategias de Marketing Digital para la Promoción Turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

6.2 Introducción

El cantón Pelileo forma parte de la provincia de Tungurahua a 25 km. de Ambato y a 153 kilómetros de la ciudad de Quito, localizada en un lugar privilegiado entre montañas y valles, cuenta con una gran variedad de recursos naturales y culturales.

Los resultados obtenidos en esta investigación indican que no existe relación entre la oferta y la promoción turística, se ha determinado que existen falencias en la promoción de los atractivos turísticos del cantón.

Para la ejecución de la propuesta se realiza un diagnóstico situacional mediante la matriz FODA, el mismo que nos permite acceder a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del lugar mediante ellos se propone estrategias orientadas a al fortalecimiento de la promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

En la propuesta, se han establecido una serie de estrategias que respondan a las problemáticas identificadas contribuyendo el marketing digital, sobre las redes sociales siendo las más importantes facebook e instagram con la finalidad de que puedan promocionar sus servicios y productos sin ninguna dificultad para generar un turismo local con riqueza y mejora de vida de los pobladores. La propuesta se estructuro de la siguiente manera: Diagnóstico actual del cantón Pelileo. Estrategias de marketing digital para el incremento de turistas nacionales como extranjeros

6.3 Objetivos

6.3.1 Objetivo General:

Diseñar estrategias de marketing digital para la promoción turística del cantón Pelileo

6.3.2 Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico de la situación turística actual del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Crear estrategias de promoción turística de los atractivos turísticos del cantón Pelileo con la finalidad de incrementar el turismo.

6.4 Diseño de la propuesta



Elaborado por: Sánchez, K.2022

a. Situación actual

El cantón Pelileo, es también conocida como San Pedro de Pelileo, es la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia de Tungurahua. Ya que se encuentra en una zona muy privilegiada llena de montañas y valles con una altitud de 2600 msnm y con un clima andino de 15 °C en promedio.

El cantón Pelileo está conformado por dos parroquias rurales: Pelileo y Pelileo grandes y cuenta con 8 parroquias urbanas: García Moreno, Benítez, Cotaló, Huambaló, Salasaca, El Rosario, Bolívar y Chiquichaque.

La palabra Pelileo, tiene diferentes significados como "**Laguna grande**", "**Cacique poderoso**", "**Fuerte como el rayo**"; la ciudad de Pelileo fue declarada cantón el 22 de julio de 1860. Esta ciudad fue reconstruida después del terremoto 1949 y fue llamada Pelileo Grande. También se le conoce como "Ciudad Azul", por su importante producción de jeans. Fue fundada el 29 de junio de 1570, por Antonio Clavijo: ha sido destruida varias veces por

terremotos y erupciones volcánicas. El último de estos terremotos se dio el 5 de agosto de 1949, un terremoto con epicentro en el sector conocido como Chacauco; afectó a la urbe en su totalidad, pero gracias a la tenacidad de sus habitantes, logró levantarse nuevamente en menos de dos años. Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales de la provincia. Las actividades principales económicas de la ciudad son: la agricultura, el comercio, la ganadería y la industria textil.

A continuación, se detalla los atractivos turísticos más importantes del cantón Pelileo:

- **Salasaca:** Es una parroquia rural, ubicada al noroccidente de la ciudad, es la cuna de los indígenas Salasacas, por lo que aquel lugar es ideal para conocer sobre su cultura y sus tradiciones además se han diferenciado de otros grupos indígenas por la producción de las artesanías y textiles.
- **El complejo la Moya:** Se encuentra en la parroquia Pelileo Grande, vía a Baños. Cuenta con áreas: verdes, casetas con asaderos, botes para navegar en la laguna, juegos infantiles y recreacionales, canchas deportivas, senderos para caminar o montar a caballo.
- **Huambaló:** Una de las parroquias del cantón conocida por la producción de muebles este sitio encuentra ubicado al sureste del cantón en este sitio se pueden encontrar gran cantidad de talleres madereros que se dedican a la fabricación de muebles con acabados de primera los mismos que se realizan de manera artesanal es decir que estos son hechos de manera manual.
- **Valle Hermoso:** Esta ubicado a 3km de la cabecera cantonal, goza de un clima extraordinario propio de un valle donde se podrá disfrutar de trucha preparada al vapor, frita, en chicharon, trucha con champiñones como parte de su deliciosa gastronomía.
- **Pamatug:** Se encuentra a diez minutos de Pelileo. Aquí se fabrican los sombreros de paño. En estos talleres los artesanos fabrican sombreros para las comunidades indígenas de Tungurahua, Chimborazo y Cañar.

- **Cerro Teligote:** En las faldas del cerro se encuentra una comunidad del mismo nombre donde se puede observar el volcán Tungurahua y la mayoría de los cantones de la provincia.
- **Cerro Nitón:** Es favorecido por los vientos ya que se desarrolla uno de los deportes con mayor adrenalina como es el parapentismo y a su vez es un lugar sagrado para la comunidad de los salasaca donde se desarrollan actos ceremoniales.
- **Confección de jeans:** Esta se encuentra en el barrio tambo donde se encuentra la mayor parte de confección de jeans.
- **Gastronomía:** Las ricas empanadas de tiesto, el hornado y la fritada son parte de la gastronomía.

A continuación, se mostrará la jerarquía de los atractivos naturales y culturales del cantón Pelileo, según MINTUR:

Tabla 10. Atractivos culturales y Naturales

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Manufactura de Jeans – El Tambo	Manifestación Cultural	Etnográfico	Artesanal	II
Muebles de Madera – CENARHU	Manifestación Cultural	Etnográfico	Artesanías	I
Elaboración de Sombreros de Pamatug	Manifestación Cultural	Etnográfico	Artesanías	I
Mercado artesanal de Salasaca	Manifestación Cultural	Etnográfico	Ferias y Mercados	II
Cerro Nitón	Sitio Natural	Montañas	Cerro	I
Complejo Turístico La Moya	Manifestación Cultural	Manifestaciones técnicas y científicas	Obras técnicas	I
Cerro de Teligote	Sitio Natural	Bosque	Páramo y Bosque Nublado	II
Cruz de Cotaló	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
Complejo Turístico Don Moro	Manifestación Cultural	Manifestaciones	Obras técnicas	I

		técnicas y científicas		
Agua mineral de Píllate	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Aguas Minerales	I

Fuente: Inventario de atractivos turísticos MINTUR

b. Diagnóstico interno

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Gran variedad de atractivos naturales y culturales. • Clima muy agradable para la realización de actividades turísticas. • Gran variedad de gastronomía. • Accesibilidad de vías en buen estado. • Industria de jeans más reconocida del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios entre empresas privadas. • Aumento de visitas de turistas por la cercanía de las ciudades aledañas Ambato y Baños. • Generación de nuevos productos. • Crecimiento económico. • Convenios entre empresas.

c. Diagnóstico externo

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de promoción de atractivos turísticos naturales y culturales por parte del municipio. • Escasez de información turística del cantón. • Inadecuado manejo de la promoción turística en los atractivos turísticos del cantón Pelileo. • Poca promoción y difusión turística. • Información turística deficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reactivación del volcán Tungurahua . • Daños por desastres naturales. • Economía. • Incrementos por contagio del COVID-19. • Competencia.

d. FODA

Tabla 11. FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Gran variedad de atractivos naturales y culturales. • Clima muy agradable para la realización de actividades turísticas. • Gran variedad de gastronomía. • Accesibilidad de vías en buen estado. • Industria de jeans más reconocida del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios entre empresas privadas. • Aumento de visitas de turistas por la cercanía de las ciudades aledañas Ambato y Baños. • Generación de nuevos productos. • Crecimiento económico. • Convenios entre empresas.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de promoción de atractivos turísticos naturales y culturales por parte del municipio. • Escasez de información turística del cantón. • Inadecuado manejo de la promoción turística en los atractivos turísticos del cantón Pelileo. • Poca promoción y difusión turística. • Información turística deficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reactivación del volcán Tungurahua . • Daños por desastres naturales. • Economía. • Incrementos por contagio del COVID-19. • Competencia.

Elaborado por: Sánchez, K.2022

e. Matriz de necesidades y alternativas

Problema	Causa	Efecto	Alternativa
Inadecuado manejo de la promoción turística en los atractivos turísticos del cantón Pelileo.	Poca inversión en la promoción turística del cantón.	Limitada afluencia turística.	Estrategias de marketing digital.

Elaborado por: Sánchez, K.2022

f. Matriz de cambio

	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios entre empresas privadas. • Aumento de visitas de turistas por la cercanía de las ciudades aledañas Ambato y Baños. • Generación de nuevos productos. • Crecimiento económico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reactivación del volcán Tungurahua . • Daños por desastres naturales. • Economía. • Poca asignación de atractivos para el desarrollo turístico.
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA

<ul style="list-style-type: none"> • Gran variedad de atractivos naturales y culturales. • Clima muy agradable para la realización de actividades turísticas. • Gran variedad de gastronomía. • Accesibilidad de vías en buen estado. 	Aprovechamiento de los atractivos turísticos para el incremento de la economía en el cantón. (F1,O4)	Coordinar la asignación de atractivos con las vías en buen estado para el desarrollo turístico. (A3, F3)
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de promoción de atractivos turísticos naturales y culturales por parte del municipio. • Escasez de información turística del cantón. • Inadecuado manejo de la promoción turística en los atractivos turísticos del cantón Pelileo. 	Aprovechar los atractivos turísticos para mejorar la promoción turística mediante estrategias de marketing digital. (A3, D3)	Aprovechar la gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales mediante la promoción a través de las redes sociales Facebook e Instagram. (D1,A2)

g. Marketig digital

Cabe mencionar que mediante el marketig digital es un factor importante hoy en día ya que muchas empresas o ciudades usan este medio para promocionar ya sea productos o destinos turísticos estas herramientas son conocidas como (Facebook, Instagram) ya que estas herramientas conforman información de los lugares.

- **Marca turística del cantón Pelileo**

Los colores que representan el eslogan: son el azul es por el motivo que el cantón Pelileo es conocido como la ciudad azul y a su vez por la elaboración de los jeans más representativos del país.

El color blanco representa la pureza y armonía que tienen sus habitantes.

En el centro se incorporó el volcán Tungurahua siendo este la representación más importante que tiene la provincia de Tungurahua.



Elaborado por: Sánchez, K.2022

- **Producto Turístico**

Un producto turístico es la identificación de atractivos turísticos los cuales son aptos para la visita de los turistas tanto nacionales como extranjeros. Por ende, es importante identificar los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo con la finalidad que el cantón pueda lograr un posicionamiento como un destino turístico único en el Ecuador.

En base a una guía la ruta de los gigantes y los atractivos turísticos más importantes elaborada por el GADM el cantón Pelileo se puede determinar en base a eso que los prestadores de servicios ofrezcan sus productos, actividades, compras y aventura lo cual componen un producto turístico.

A continuación, se mostrará la ruta de los gigantes del cantón Pelileo:

Gigante Cotaló

Ilustración 1. GIGANTE COTALÓ



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

WAYRA

Rodeada por cerros, ríos, cascadas y la misteriosa Mama Tungurahua o Garganta de Fuego, conocida así por los bramidos de espanto que emite cada 100 años en que se enciende su cráter, se encuentra “el pueblito del rincón”, en cuyo territorio se tejen fantásticas historias de seres misteriosos que aparecen y desaparecen entre la ceniza y gases que emana de las entrañas de la tierra en cada fogonazo de fuego proveniente del volcán. Al llegar a la cruz de Cotaló, entre la espesa neblina y el asombro del turista un gigante deja ver su rostro, mientras sujeta con fuerza una lanza protectora con la que custodia el sector y mantiene firme su diestra sobre la frente, tomando una actitud de vigilia de los más hermosos paisajes que rodean esta encantadora parroquia pelileña. A este misterioso gigante de la neblina, los lugareños lo han denominado “Espíritu de la abundancia y las buenas cosechas”, vigilante y protector de la tierra productiva, donde gran parte de su población se dedica a la avicultura como fuente principal de su economía, sin dejar de lado actividades de agricultura, ganadería y crianza de animales menores, que hacen de esta tierra, gigante como su gente.

Gigante el Rosario

Ilustración 2. Gigante el Rosario



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

CHAKRA RUNA

Tierra hermosa y productiva, ubicada al pie del cerro Nitón con sus encantadoras colinas y paisajes, donde el vuelo fastuoso de aves multicolores se confunde con la aparición de intrépidos aventureros a bordo de parapentes, que desde las alturas del majestuoso Nitón experimentan al máximo la adrenalina, mientras observan maravillados tan hermosos paisajes, simulando un ritual extraordinario de pacto con el cielo. Su tierra pródiga y fecunda ofrece a la población una abundante producción agrícola, resultado del trabajo honrado y sin descanso de sus agricultores, quienes se despiertan antes del sol para garantizar la seguridad alimentaria y promover ecosistemas saludables encaminados a apoyar la gestión sostenible de la tierra, como misión heredada de sus antepasados.

García Moreno

Ilustración 3. García Moreno



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

PEDRO

La mano de Dios se manifiesta en todo su esplendor en esta tierra maravillosa, poseedora de una infinidad de atractivos naturales que invitan al deleite y sosiego de sus visitantes. Los humedales de la Chayana y las vertientes de Shushuri, evocan el espíritu y la grandeza de sus antepasados, desde cuyas aguas, cual tratarse de un espejo emerge la impresionante imagen de un personaje gigante surrealista, que en medio del asombro de todos empezaba a caminar por las trochas y senderos del lugar, haciendo amigos por doquier y expresando la voluntad para cuidar y proteger las riquezas naturales y los hermosos paisajes que rodean esta prometedora y productiva parroquia. Desde la bóveda infinita del firmamento, los dioses ancestrales miran el futuro con optimismo, toda vez que, entre cuentos, leyendas y personajes aparecidos del imaginario popular, se muestran también sus habitantes, gente amable y emprendedora que mediante trabajo, unidad, fe y esperanza van forjando día a día la grandeza de este extraordinario rincón de la geografía cantonal de Pelileo.

Gigante Huambaló

Ilustración 4. Gigante Huambaló



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

JOSÉ

Entre nubes que navegan por los cielos y armoniosamente se combinan con las hojas que caen de los árboles debido al influjo del viento, apareció un nuevo gigante en Huambaló, sigiloso se desplaza por montañas, cerros, senderos y chaquiñanes, dejando su huella indestructible a cada paso, emulando el espíritu ineludible de sus habitantes. Los visitantes miran en este personaje, el simbolismo del artesano de la madera, actividad que con mucho orgullo y nobleza es parte del trabajo y el sustento diario de muchas familias huambaleñas.

Este Gigante asentado en la quebrada de Capillaguayco, se convierte en uno de los más míticos personajes que en este sector se han desarrollado desde tiempos inmemoriales. Así, entre el imaginario popular de duendes y aparecidos juguetea en medio de los árboles, para luego ubicarse con garbo e imponentia para recibir a los visitantes. Este gigante llegó para quedarse en Huambaló, motivado por los sorprendentes paisajes naturales, donde el trinar y vuelo de las aves generan un ritual de alegría y perseverancia para enrumbar al progreso.

Gigante Chiquicha

Ilustración 5. Gigante Chiquicha



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

INTI

Con los brazos abiertos y una sonrisa amigable, este gigante brinda la bienvenida a visitantes y lugareños que llegan a este bello rincón pelileño, atraído por su entorno natural inigualable, su clima primaveral y una riqueza productiva incalculable en hortalizas y legumbres; así también en productos de clima cálido como el aguacate, chirimoya, naranja, mandarina y guabas. Con su imponente estructura, este gigante llegó para quedarse como parte de las páginas de la historia parroquial, siendo celoso centinela de sus habitantes y amigo que fomenta la unidad familiar de quienes lo visitan en este espacio de hermosos paisajes, llenos de vida y armonía con la madre tierra.

Gigante Bolívar

Ilustración 6. Gigante Bolívar



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

TAKI MALI

En medio de la espesa neblina y el alegre silbido del viento, la gura del Shamán o brujo de todos los gigantes se levanta airoso entre el suave aroma que emanan las plantas del cerro “La Liberata” y el anuncio de su benéca presencia como intermediario entre el mundo espiritual y la comunidad, con el único n de enmendar comportamientos inapropiados de sus habitantes, restaurando de esta forma la armonía entre el hombre, su mundo espiritual y el mundo físico.

Gigante de Pelileo Grande

Ilustración 7. Gigante de Pelileo Grande



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

YAKU

Dentro de la Cosmovisión andina, el agua (Yaku en Kichwa) es considerado como la vena del mundo, primero porque representa el elemento fundamental para mantener la vida y luego porque conecta entre si los tres mundos: el de arriba o Qanaq Pacha, el de aquí o Kay Pacha y el de abajo o Uku Pacha, al que pertenece el agua, producto de un ciclo que fluye desde

el cielo, atraviesa el aire y llega a la tierra para prodigar vida y retornar a las nubes para empezar un nuevo ciclo. La presencia de este gigante nos recuerda la bendición de este mágico lugar como fuente natural donde fluye agua que origina vida y esplendor y simboliza además la resiliencia de sus habitantes que lograron levantarse tras las adversidades que impuso la furia de la naturaleza.

Gigante Benítez

Ilustración 8. Gigante Benítez



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

ANDINO

Desde la aparición del hombre sobre la faz de la tierra, la curiosidad por descubrir y encontrar respuesta a los enigmas que representa su propia existencia, las necesidades, frustraciones y anhelos, lo llevó a conectarse consigo mismo a través de la reflexión y el pensamiento. Andino es el gigante en meditación que llegó a esta parroquia para formar parte de la cotidianidad de su gente, por eso es considerado el protector de quienes se dedican a labrar la tierra, cuidar animales, confeccionar artesanía y actividades comerciales, que han hecho de esta tierra, cuna de personas.

Gigante Salasaca

Ilustración 9. Gigante Salasaca



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

NINA

En un escenario de gran valor cultural para el pueblo Salasaca, donde se mantienen vivos los saberes ancestrales que heredaron de sus antepasados, se destaca la majestuosidad de una figura gigante de madera que representa el esfuerzo y laboriosidad de esta raza milenaria, que mediante sus hábiles manos van hilando el desarrollo de su pueblo para preservar los atuendos originarios y demás artesanías que tienen como materia prima el hilo de lana de borrego.

Gigante Teligote

Ilustración 10. Gigante Teligote



Fuente: GAD municipal del cantón Pelileo

CAPITÁN

El bosque nublado del cerro Teligote, constituye un espacio de imponente belleza para admirar la grandeza de la creación y en ocasiones escuchar el aullido de los lobos que habitan

el sector, como muestra del cuidado y protección que brinda esta especie animal a la zona alta de Pelileo de cazadores furtivos y malas energías. Sitio de enigmática belleza, guarda en sus entrañas los secretos ancestrales de culturas prehispánicas que habitaron este paraje, considerado en la actualidad uno de los últimos remanentes naturales de bosque andino a nivel nacional y un laboratorio perenne de especies vegetales en estado silvestre que tienen fines medicinales y textiles como tintes naturales.

A continuación, los atractivos turísticos del cantón Pelileo:

Manufactura de jeans – El tambo



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Se encuentra a la entrada de la ciudad de Pelileo en el Barrio el Tambo Av. Confraternidad a 5 minutos del casco central.

¿Qué Hacer?

Turismo de compras, adquirir todo tipo de prendas de jean.

¿Por qué visitar?

San Pedro de Pelileo es muy popular a nivel nacional por la elaboración de jeans de alta calidad. Hay alrededor de 500 familias dedicadas a la elaboración de estas prendas, las cuales son comercializadas en 150 tiendas ubicados en la vía principal del sector el Tambo.

Muebles de Madera – CENARHU



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Se debe tomar la vía a Huambaló que se encuentra a 7 km de la ciudad de Pelileo.

¿Qué Hacer?

Existen varios modelos de juegos de dormitorios, sala, comedor, modulares de tv, bares, consolas, escritorios, entre otros. Son de excelente calidad y buen precio.

¿Por qué visitar?

Huambaló es una parroquia rural del cantón Pelileo es famosa ya que desde hace 10 años sus habitantes se han dedicado a la producción de muebles, misma actividad se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos de la parroquia.

Mercado Artesanal Llikakama



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Se debe tomar la vía Ambato – Baños hasta la gasolinera Pico Núñez y luego se toma el desvío a la derecha. El mercado se ubica a 50 m de la vía.

¿Qué Hacer?

Se puede observar la elaboración y adquirir artesanías tejidas a mano de cabuya, lana de borrego, alpaca o tejidos acrílicos. También se puede encontrar tejidos elaborados en tejar manual y otras manufacturas.

¿Por qué visitar?

En este Mercado Artesanal se puede asistir y participar en los eventos culturales tradicionales del pueblo de Salasaca, como la pampamesa, una comida comunitaria, bailes tradicionales, talleres artesanales y más.

Mercado Artesanal de Salasaca



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Se encuentra en la vía Ambato Baños, en la Plaza del Arte, centro de parroquia Salasaca.

¿Qué Hacer?

Se puede hacer fotografías y comprar artesanías.

¿Por qué visitar?

Los Salasaca tradicionalmente se dedican a la producción de llamativos tapices a partir de la lana de oveja y alpaca los cuales son hechos a mano, además realizan ponchos, suéteres, gorros, guantes, bufandas, entre otros, que se exponen y se ofertan en la Plaza del Arte Salasaca ubicado en el centro de la comunidad.

Parapente Cerro Nitón



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

El cerro se encuentra ubicado a 4 km de Pelileo. Se debe tomar la vía Pelileo – Nitón, se debe identificar un rotulo y luego se camina 900 m hasta encontrar el área de despegue.

¿Qué Hacer?

Se puede hacer fotografía, práctica del parapente en de 60 dólares.

¿Por qué visitar?

En el Cerro Nitón es uno de los mejores lugares para practicar parapente en América del Sur. Este deporte es definitivamente una gran experiencia que permite volar libremente sobre paisaje únicos, al realizar este deporte se puede observar volcanes como el Altar, Tungurahua, Chimborazo entre otros.

Complejo Turístico La Moya



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Se debe tomar la vía a Baños hasta llegar al desvío que va al cantón Patate, hasta llegar al ingreso del Complejo Turístico La Moya.

¿Qué Hacer?

Se puede hacer tomar fotos, disfrutar de la piscina, navegar en botes por alrededor de la laguna, entre muchas cosas más.

¿Por qué visitar?

Es un hermoso lugar donde se puede disfrutar de la naturaleza, podemos encontrar casetas con asaderos apropiados para realizar picnics, botes para pasear alrededor de la laguna, parques infantiles, canchas para realizar deporte, senderos para trekking, montar a caballo, piscina climatizada, baños de cajón entre otras actividades más.

Cerro Teligote



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Desde el centro de Pelileo se debe dirigir hacia la comunidad de Teligote.

¿Qué Hacer?

Se puede hacer camping, vistas panorámicas, observación de flora y fauna.

¿Por qué visitar?

Es una reserva natural que alberga a cientos de especies de flora y fauna. Su cima tiene un magnífico mirador que permite mirar paisajes impresionantes de poblados que rodean la zona, así como de las principales elevaciones de la región Sierra.

Cruz de Cotaló



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Desde la ciudad de Pelileo se debe tomar la vía a Cotaló hasta llegar a Pillate.

¿Qué Hacer?

Observación del volcán Tungurahua, nevado el Altar, los valles de Baños y Patate.

¿Por qué visitar?

Desde el mirador, con condiciones climáticas adecuada se puede ver al volcán Tungurahua, que tiene una de las mejores vistas más cercana del cráter.

El Troll Gigante



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Desde la ciudad de Pelileo se debe tomar la vía a Huambaló hasta llegar al Caserío Surangay.

¿Qué Hacer?

Observación de la parroquia Huambaló. Los Altares y el volcán Tungurahua. También sus visitantes pueden practicar el senderismo y ciclismo.

¿Por qué visitar?

El Troll Gigante es un mirador muy visitado, deben descender 10 minutos hasta llegar a la escultura de 5 metros de altura.

La Ruta de las caras



Fuente: Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Pelileo

¿Cómo Llegar?

Desde la ciudad de Pelileo se debe tomar la vía a Cotaló hasta llegar al Caserío Chacaucó.

¿Qué Hacer?

Observación y fotografía de las caras.

¿Por qué visitar?

Hay rostros de fracciones incaicas naturales, cuenta con una fuente de aguas termales quienes deseen pueden bañarse en el lugar, también podemos encontrar piezas arqueológicas en forma de ollas de barro y por último podemos encontrar una isla de rocas.

h. Estrategias



Elaborado por: Sánchez, K.2022

Estrategia de producto:

Realizar capacitaciones a los prestadores de servicios por medio de profesionales expertos en el área de turismo para impartir temas de gran importancia como la atención al cliente y el manejo de la publicidad de los productos en las redes sociales.

Estrategia de precio:

Los establecimientos conjuntamente con el GAD municipal del cantón Pelileo deber llegar a un acuerdo razonable para establecer precios justos para la calidad de los servicios turísticos ya que es importante estar acorde al turista.

Estrategia de promoción:

La actualización de las redes sociales como Facebook, Instagram sobre los atractivos turísticos del cantón Pelileo realizando fotos y videos con el fin de generando mayor influencia de número de turistas y a su vez brindando información sobre restaurante, alojamiento, guianza, transporte etc.

Estrategia de plaza:

Se utilizará el internet para brindar al turista una mayor información sobre el cantón donde encontrará los atractivos turísticos, accesibilidad, señalización, etc.

i. Cronograma

MES		
Días	Descripción	Contenido
Semana 1	Atractivos turísticos	Videos cortos brindando información del lugar e imagines.
Semana 2	Gastronomía	Brindando información en videos cortos de los lugares de la gastronomía típica.
Semana 3	Alojamientos	Imágenes y videos cortos de los alojamientos de mayor interés.
Semana 4	Festividades y cultura	Imágenes e información sobre las festividades del cantón para un mayor conocimiento.

Elaborado por: Sánchez, K.2022

j. Presupuesto

Se detalla la utilización de elementos necesarios para la ejecución del proyecto:

Inversión Inicial	
Ordenador Lenovo touch	\$ 600
Internet	\$ 30
Luz	\$10
Total	\$ 640

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Redes Sociales

Facebook	\$200
Instagram	\$200
Total	\$400

Elaborado por: Sánchez, K.2022

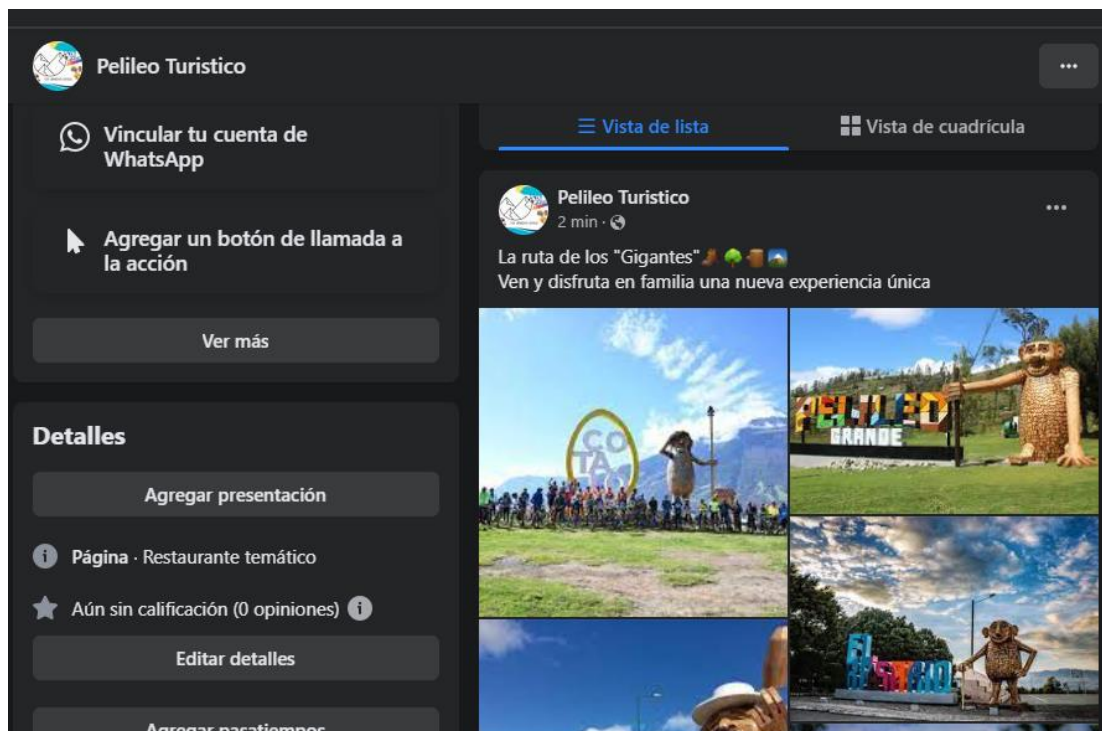
El total del presupuesto es de: \$1040

k. Prototipo

Facebook

Facebook es el sitio web que brinda un servicio gratuito con el objetivo de facilitar el contacto de los usuarios con sus amistades ya establecidas o nuevas que puedan hacer en la red; además de subir y compartir contenido propio. (Fresno, 2018)





Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante la página Facebook se puede promocionar los atractivos turísticos del cantón Pelileo, mediante fotos, reels, videos y a su vez en la página el turista se podrá contactar para obtener una mayor información sobre los atractivos turísticos entre otros.

El cantón Pelileo si posee una cuenta oficial de Facebook que es conocida por Turismo Pelileo, el cual el manejo de la página ha sido inadecuado por parte de las personas a cargo lo cual se propone mejorar el manejo, dando a conocer a los turistas atractivos turísticos, que permita una información nueva para el turista con el fin de promocionar el cantón.

Tabla 12. Estrategia Fan Page

Estrategia de Fan Page	
Fan Page	Turismo Pelileo
Objetivo	Mejora la página oficial existente. Dar a conocer los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo.
Contenido	Realizar publicaciones de mediante fotos o videos mostrando el contenido e información sobre los atractivos turísticos del cantón Pelileo.

Políticas de funcionamiento	La información de la página debe ser actualizada constantemente
Encargado	Responsable del manejo del marketing.

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Instagram

Instagram es una Red Social que se basa en el intercambio de imágenes y videos de corta duración entre usuarios. De hecho, se autodefine como una manera rápida y peculiar de compartir tu vida con amigos a través de una serie de imágenes (Instagram, 2016).

Entre las diferentes plataformas de Redes Sociales, Instagram fue considerada la herramienta más eficaz para llegar a los clientes y la comercialización de un negocio. Al ser una aplicación diseñada para teléfonos móviles, facilita que un negocio llegue a sus clientes donde quiera que estén. Por otro lado, otra razón importante es que Instagram es libre de usar, es decir, su uso no está restringido por regulaciones. Por lo tanto, los usuarios pueden relacionarse a través de comentarios y gustos, y finalmente, el proceso de compartir fotos convierte a una cuenta de Instagram en un interesante catálogo en línea. (Alkhowaiter, 2016)



turismo_pelileo

Editar perfil



2 publicaciones

0 seguidores

0 seguidos

Turismo Pelileo

La ciudad está ubicada en la Sierra centro del Ecuador, cerca de Ambato y Baños, localizada en un lugar privilegiado entre montañas y valles.

PUBLICACIONES

REELS

GUARDADAS

ETIQUETADAS



Turismo Pelileo

La ciudad está ubicada en la Sierra centro del Ecuador, cerca de Ambato y Baños, localizada en un lugar privilegiado entre montañas y valles.

PUBLICACIONES

REELS

GUARDADAS

ETIQUETADAS



Elaborado por: Sánchez, K.2022

Actualmente la unidad de turismo cuenta con una red social Instagram, pero no cuenta con el adecuado mantenimiento, así que se ha tomado en cuenta dar el manejo importante de la red social con la debida actualización constante de los atractivos turísticos mediante fotos o videos brindando información del cantón Pelileo hacia el turista.

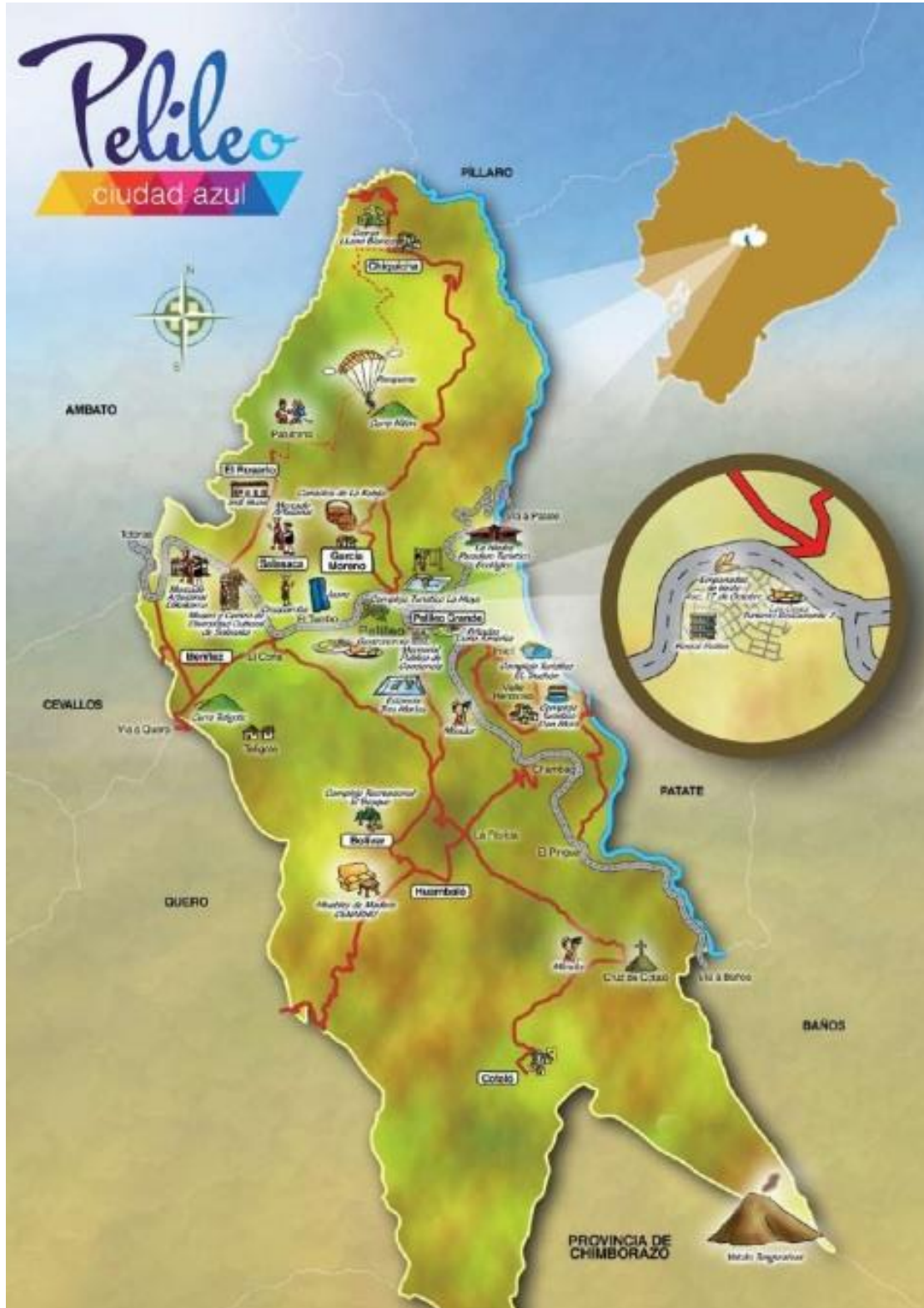
Mediante la red social se puede interactuar con las personas brindando información del cantón Pelileo sobre las características de cada sitio turístico que posee.

Tabla 13. Estrategia de la Página Instagram

Estrategia de la Página Instagram	
Instagram	Turismo Pelileo
Objetivo	Mejora la página oficial existente. Dar a conocer los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo.
Contenido	Realizar publicaciones de mediante fotos o videos cortos mostrando el contenido e información sobre los atractivos turísticos del cantón Pelileo. El nombre de los atractivos turísticos y la ubicación para mayor conocimiento. Subir historias sobre festividades y los atractivos.
Políticas de funcionamiento	La información de la página debe ser actualizada constantemente
Encargado	Responsable del manejo del marketing.

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mapa turístico del cantón Pelileo



Referencias

- Acosta Benavides, K. C. (2020). *ESTRATÉGIA DE MARKETING Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD SHUYUN TSACHILACANTÓN DE SANTO DOMINGO*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8176/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000116.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alkhowaiter. (2016). *INSTAGRAM Y SU USO COMO UNA HERRAMIENTA DE MARKETING DIGITAL EN CHILE*. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142530/Torres%20Carmona%2C%20Marcelo.pdf?sequence=1#:~:text=Instagram%20es%20una%20Red%20Social,de%20usuarios%20el%20mismo%20a%C3%B1o>.
- Arias, & Pilco. (2018). *Estrategias de marketing digital y su impacto en el desarrollo turístico de la ciudad de Latacunga*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28468>
- Casas , Repullo, & Donado. (2003). *Desarrollo de instrumentos de evaluación*. Obtenido de <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>
- Casas, Repullo, & Donado. (2003). *La encuesta como técnica de investigación.Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Cuquiziala, & Jaramillo. (19 de Julio de 2017). *Plan de Promocion turistica para el canton San Lorenzo del Pailon, provincia de Esmeraldas*. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/506/494>
- Ejarque. (2005). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017

- Fresno. (2018). *Repositorio Académico USMP* . Obtenido de Repositorio Académico USMP :
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7536/SONO_JM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guananga, K. (2016). “*LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DEL CANTÓN AMBATO Y SU IMPACTO EN EL INCREMENTO DE VISITANTES*”. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26033/1/Guananga%20L%c3%b3pez%20Katherine%20Alejandra%201804417903.pdf>
- Gutiérrez , Sánchez, & Galiano . (2018). *Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos*. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6382101>
- Instagram. (2016). *Preguntas Frecuentes Instagram*. Obtenido de
<https://about.instagram.com/about-us>
- Kotler. (2003). *Books, Fundamentos de Marketing*. Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&dq=marketing+philip+kotler&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiTzquoy83qAhVhT98KHbMUCd4Q6wEwAHoECAAQAAQ#v=onepage&q=marketing%20philip%20kotler&f=false
- Lascano, N. (2015). “*LA OFERTA TURÍSTICA Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*”. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18328/1/T3231e.pdf>
- López , K. (2021). ‘*MARKETING DIGITAL Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. Obtenido de
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8778/1/L%C3%B3pez%20Ca%C3%B1ar>

%20K.%20%282022%29%20Marketing%20digital%20y%20productos%20tur%3%ADsticos%20del%20Cant%3%B3n%20Pelileo%2C%20Provincia%20de%20Tungurahua..pdf

López, & López. (2016). *La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2228266>

Moposita , E., Salazar , E., & Román , F. (2017). *ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA LAS PARROQUIAS MALACATOS Y VILCABAMBA, EN LA PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2226/1/Turismo.pdf>

Plumed, Gómez, & Martín. (2018). *Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6382097>

Rus Arias , E. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>

Rus Arias, E. (2021). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-cuantitativa.html>

Salazar , M., & Yánez , C. (Agosto de 2014). *"Diseño de una propuesta de desarrollo turístico en el cantón Yaguachi para el fomento del turismo local"*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2315/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-183.pdf>

Sampieri, H. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

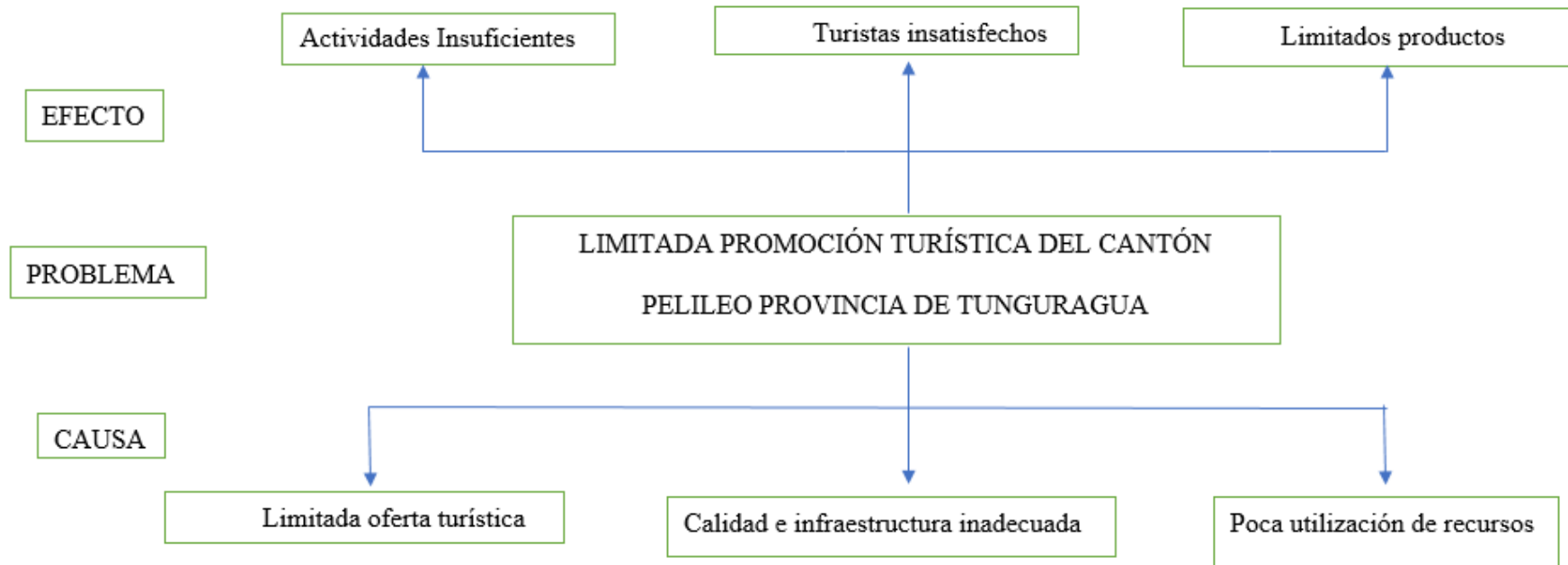
Santamaria. (2014). *Análisis del nivel de percepción que tienen los italianos de la región Lacio sobre las Islas Galápagos de Ecuador y Propuesta de Difusión Turística*. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/22271/1/Corral%20Velasco%2C%20Alan%20Dar%C3%ADo.pdf>

Socatelli. (2016). Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>

Torres, & Chilibingua. (Enero de 2018). *Realidad aumentada para la promoción turística del cantón Pelileo*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7519>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas



Elaborado por: Sánchez, K.2022

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO DE TÉCNICA E INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE Oferta turística	Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli, 2016)	La oferta turística es el conjunto de productos y servicios en un determinado espacio geográfico que permite el aprovechamiento de los atractivos turísticos, cuyos oferentes o vendedores puedan vender en el mercado turístico	Productos Turísticos	-Instalaciones -Equipamiento -Infraestructura -Facilidades -Recursos Humanos	DISEÑO No experimental, transversal y correlacional Método: Científico Descriptivo
			Atractivos Turísticos	-Manifestaciones Culturales - Sitios Naturales -Recursos Turísticos	
			Servicios Turísticos	-Alojamiento -Alimentación -Transporte	

				-Guianza	
			Calidad del destino	-Percepción del turista -Expectativas de turista -Satisfacción del turista	
VARIABLE DEPENDIENTE Promoción Turística	La promoción de destino, se define como "el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo. (Kotler, 2003)	La promoción turística es un conjunto de técnicas integradas al marketing para comunicar a un público objetivo con el fin de satisfacer las necesidades	Publicidad	-Marketing -Técnicas -Precio	Técnica: Encuesta
			Comunicación	-Sitios web -Redes sociales -Revistas o periódicos -Televisión	Instrumento:

			Turista	-Necesidades -Preferencias -Satisfacción	Cuestionario
--	--	--	---------	--	--------------

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Anexo 3. Matriz de consistencia

VARIABLE	DIMENSIONES	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
VARIABLE INDEPENDIENTE Oferta Turística Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli, 2016)	Productos Turísticos	¿Cómo se relacionan la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua?	Determinar la relación de la oferta con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua	La oferta se relaciona con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua
	Atractivos Turísticos	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
	Servicios Turísticos	¿Cómo se relacionan los Productos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua?	Determinar la relación de los productos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua	Los Productos turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua
	Calidad del destino	¿Cómo se relacionan los atractivos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua?	Determinar la relación de los atractivos turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua	Los atractivos turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua
VARIABLE DEPENDIENTE Promoción turística La promoción de destino, se define como "el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geo Figuras específicas para un público objetivo" (Kotler, 2003)	Publicidad	¿Cómo se relacionan los servicios turísticos con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua?	Determinar la relación de los servicios turístico con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua	Los servicios turísticos se relacionan con la promoción turística del cantón Pelileo provincia de Tungurahua
	Comunicación			
	Turista			

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Anexo 4. Encuesta de la variable independiente Oferta Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

Cuestionario dirigido a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: /___/___/___/

Encuestador: Kevin Alexander Sánchez Panamito

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar información estadística que contribuya con la investigación sobre la oferta turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales.
- Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas que usted considere necesarias.
- Según su criterio conteste los siguientes ítems.

INFORMACIÓN

Kevin Alexander Sánchez Panamito

Kevin.sanchez@unach.edu.ec

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

- 1) () Masculino.
- 2) () Femenino.

2. Edad:

- 1) () (18-30)
- 2) () (31-40)
- 3) () (41-50)
- 4) () (51-60)
- 5) () Mas de 61.

3. Nivel de instrucción:

- 1) () Primaria.
- 2) () Bachillerato.
- 3) () Superior no universitaria.
- 4) () Superior Universitaria.
- 5) () Maestría
- 6) () Doctorado (PhD)

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4. Califique cada aspecto que se cita en la siguiente tabla marcando con una (x) en el casillero correspondiente según la escala:

1 = Muy malo 2 = Malo 3 = Bueno 4 =Muy Bueno 5 = Excelente

VARIABLE INDEPENDIENTE: OFERTA TURÍSTICA

o.	DIMENSIONES/ ITEMS	ESCALA				
		Muy Malo	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		1	2	3	4	5
4.1	Productos Turísticos					
4.1.1	Las instalaciones turísticas del cantón Pelileo son:					
4.1.2	El equipamiento turístico del cantón Pelileo son:					
4.1.3	La infraestructura turística del cantón Pelileo es:					
4.1.4	Las facilidades turísticas del cantón Pelileo son:					
4.1.5	Los recursos humanos que trabajan en el ámbito turístico son:					
4.2	Atractivos Turísticos					
4.2.1	Las manifestaciones culturales del cantón Pelileo son:					
4.2.2	Califique el estado de accesibilidad en que se encuentran los sitios naturales del cantón Pelileo:					
4.2.3	Los recursos turísticos del cantón Pelileo son.					
4.3	Servicio Turístico					
4.3.1	El servicio de alojamiento del cantón Pelileo es:					
4.3.2	El servicio de alimentación del cantón Pelileo es:					
4.3.3	El Servicio de transporte del cantón Pelileo es:					
4.3.4	El servicio de guianza del cantón Pelileo es:					
4.4	Calidad del destino					
4.4.1	La percepción que tiene el turista de los atractivos y el servicio turístico del cantón Pelileo es:					
4.4.2	Las expectativas del turista en el cantón Pelileo es:					
4.4.3	Califique la satisfacción que se lleva el turista del cantón Pelileo es:					

C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

5. ¿Qué tipo de servicio turístico oferta?

- 1) () Alimentación.
- 2) () Guianza.
- 3) () Transporte.
- 4) () Alojamiento.
- 5) () Agencias de viajes

6) () Otros. ¿Cuáles?.....

6. **¿A través de qué medios de comunicación promociona sus servicios turísticos?**

1) () Televisión.

2) () Revistas y Periódicos.

3) () Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)

4) () Otros ¿Cuáles?.....

7. **¿Considera que el cantón Pelileo posee atractivos turísticos para ofertar?**

1) () Si

2) () No

8. **¿Cuáles es el atractivo turístico más visitados del cantón Pelileo?**

1) () Complejo turístico la Moya

2) () Cruzpamba

3) () Cerro Teligote

4) () Valle hermoso

5) () Cruz de Cotaló

6) () Cerro Niton

7) () Otros ¿Cuáles?.....

9. **¿Las manifestaciones culturales ayudan a fomentar el turismo dentro del cantón Pelileo?**

1) () Si

2) () No

Gracias por su colaboración

Anexo 5. Encuesta de la variable dependiente Promoción Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

Cuestionario dirigido a los turistas que visitan el cantón Pelileo

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: /___/___/___/

Encuestador: Kevin Alexander Sánchez Panamito

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar información estadística que contribuya con la investigación sobre la “promoción turística” del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

“

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- d. La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales.
- e. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas que usted considere necesarias.
- f. Según su criterio conteste los siguientes ítems.

INFORMACIÓN

Kevin Alexander Sánchez Panamito

Kevin.sanchez@unach.edu.ec

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

- 1) () Masculino.
- 2) () Femenino.

2. Edad:

- 1) () 18-30.
- 2) () 31-40.
- 3) () 41-50.
- 4) () 51-60.
- 5) () Mas de 61.

3. Nivel de instrucción:

- 1) () Primaria.
- 2) () Bachillerato.
- 3) () Superior no universitaria.
- 4) () Superior Universitaria.
- 5) () Maestría.
- 6) () Doctorado (PhD).

4. Lugar de procedencia

- 1) () Nacional.
- 2) () Internacional.

Provincia.....

Ciudad:.....

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

5. Califique cada aspecto que se cita en la siguiente tabla marcando con una (x) en el casillero correspondiente según la escala:

1 = Muy malo 2 = Malo 3 = Bueno 4 =Muy Bueno 5 = Excelente

VARIABLE DEPENDIENTE: PROMOCIÓN TURÍSTICA

N°	Dimensiones / ítems	ESCALA				
		Muy Malo	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		1	2	3	4	5
5.1	Publicidad					
5.1.1	El marketing empleado sobre los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo es:					
5.1.2	Las estrategias empleadas para realizar la publicidad de los atractivos turísticos del cantón Pelileo son:					
5.1.3	El precio en relación con el valor de los servicios en los atractivos turísticos del cantón Pelileo es:					
5.2	Comunicación					
5.2.1	La promoción de los atractivos turísticos por medio de los sitios web del cantón Pelileo es:					
5.2.2	La publicidad que se realiza en el diario horizonte sobre atractivos turísticos del cantón Pelileo es:					
5.2.3	La promoción turística del cantón por medio de la televisión es:					
5.2.4	La difusión por redes sociales de información de atractivos turísticos del cantón Pelileo es:					
5.3	Turista					
5.3.1	Como considera a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo de tomar las necesidades del turista son:					
5.3.2	Califique las preferencias de los turistas en los servicios turísticos son:					

C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

6. Motivo por el cual visita el cantón Pelileo es:

- 1) () Vacaciones.
- 2) () Ocio.
- 3) () Negocios.
- 4) () Otros. ¿Cuáles?.....

7. ¿A través de que medio de comunicación se informa antes de realizar su viaje?

- 1) () Televisión.
- 2) () Revistas y Periódicos.
- 3) () Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)
- 4) () Otros. ¿Cuáles?.....

8. ¿Cuánto tiempo de anticipo planea el viaje?

- 1) () 1 semana.
- 2) () 1 mes.
- 3) () 2 meses.
- 4) () Otros. ¿Cuáles?.....

9. ¿Con quién realiza viajes?

- 1) () Solo
- 2) () Con familia
- 3) () Con amigos
- 4) () Otros ¿Cuáles?.....

Gracias por su colaboración

Anexo 6. Validación de instrumentos, variable independiente: oferta turística.



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

con entusiasmo

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. José Álvarez Román, Ph.D.

Título/grado:

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	()
Magister.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-17

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua".

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Oferta Turística"

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

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

Sugerencias: _____

JOSE
MEDARDO
ALVAREZ
ROMAN

Firmado
digitalmente por
JOSE MEDARDO
ALVAREZ ROMAN
Fecha: 2022.06.20
16:28:11 -05'00'

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Quintana Paga Danilo Paul

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-21

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua".

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Oferta Turística"

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

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

Sugerencias: _

Corregir el uso de mayúsculas

Revisar la operacionalización de variables y el instrumento de medición

Danilo
Quintana

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ph.D. Diego Calvopiña Andrade

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-17

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua".

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Oferta Turística"

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

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

Sugerencias:



Elaborado y validado por:
DIEGO CALVOPINHA
ANDRADE

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MgS. Renato Herrera

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-17

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua".

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Oferta Turística"

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

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

Sugerencias:



RENATO HERRERA
SUSANA CHAVEZ

Firma del experto

Anexo 7. Validación de instrumentos, variable dependiente: Promoción turística.



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

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **Dr. José Álvarez Román, PhD.**

Título/grado:

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

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

Fecha: **2022-06-17**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: **"Promoción Turística"**

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

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

Sugerencias: _____

JOSE
MEDARDO
ALVAREZ
ROMÁN

firmado digitalmente por
JOSE MEDARDO
ALVAREZ ROMAN
Fecha: 2022.06.20
16:22:12 -0500'

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Quintana Puga Danilo Paul

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-21

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Promoción Turística"

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

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

Sugerencias:

Corregir el uso de mayúsculas

Revisar la operacionalización de variables y el instrumento de medición

Daniilo
Quintana

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ph.D. Diego Calvo Piña Andrade

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-17

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Promoción Turística”

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

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

Sugerencias: _____



DIEGO CALVO PIÑA
ANDRADE

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MgS. Renato Herrera

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2022-06-17

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Oferta y promoción turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Promoción Turística”

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

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

Sugerencias: _____



RENATO HERRERA
REYES CRAVEZ

Firma del experto

Anexo 8. Resultados de la variable independiente: Oferta turística

1. Indique su género

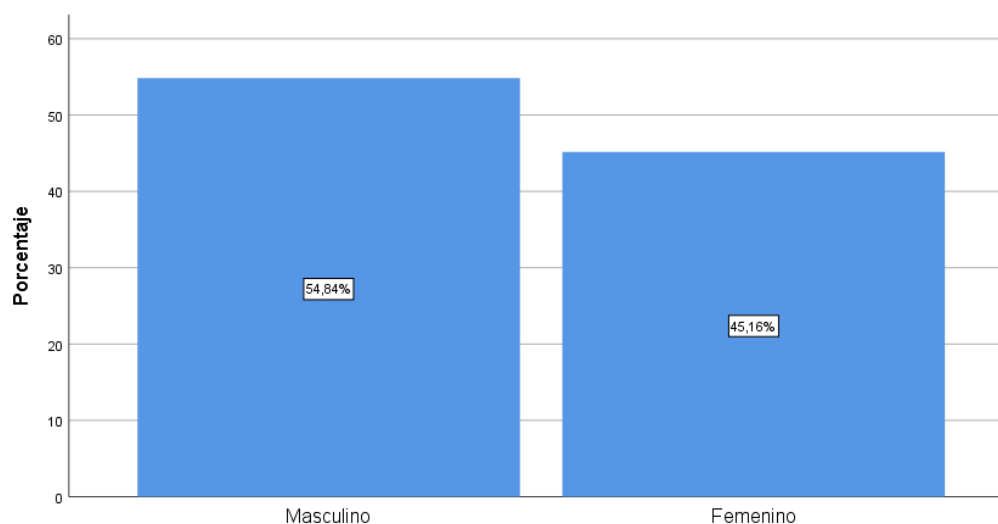
Tabla 14. Género de los prestadores de servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	17	54,8	54,8	54,8
	Femenino	14	45,2	45,2	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 1. Género de los prestadores de servicios



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se determina que el 54,84% de los prestadores de servicios son de género masculino y el 45,16% al género femenino. Se concluye que la mayor parte de los prestadores de servicios son de género masculino.

2. Indique su rango de edad

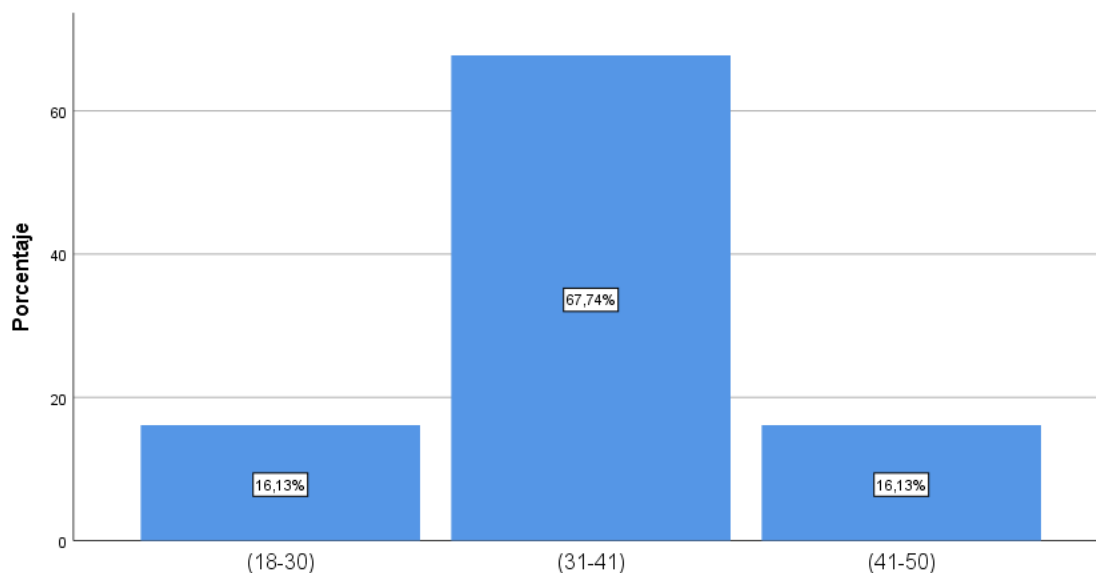
Tabla 15. Edad de los prestadores de servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido (18-30)	5	16,1	16,1	16,1
(31-41)	21	67,7	67,7	83,9
(41-50)	5	16,1	16,1	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 2. Edad de los prestadores de servicios



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

La edad promedio de los prestadores de servicios es de 31-40 años que corresponde al 67,74%, seguido del 16,13% que corresponde a los prestadores de servicios de 41-50 años de igual manera con 16,13% que corresponde a los prestadores de servicios de 18-30 años. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios que es el 67,74% de los servicios turísticos que tienen una edad de 31-40 años.

3. Indique su nivel de instrucción

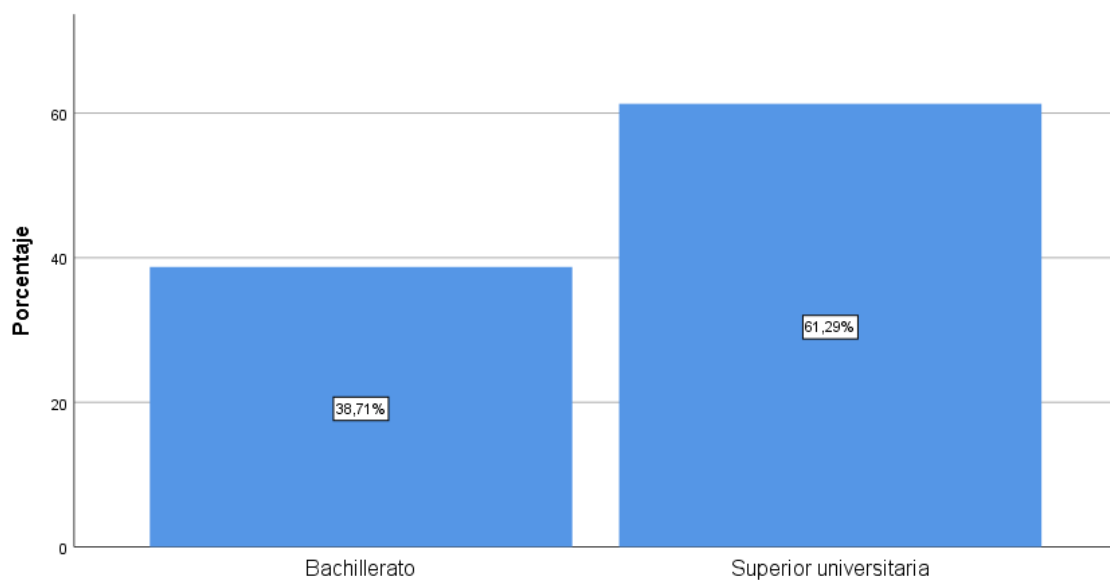
Tabla 16. Nivel de instrucción de los prestadores de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bachillerato	12	38,7	38,7	38,7
	Superior universitaria	19	61,3	61,3	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 3. Nivel de instrucción de los prestadores de servicio



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio del cantón Pelileo el 61,29% de los encuestados tienen una educación de superior universitaria mientras que el 38,71% tiene una educación de bachillerato.

4. Las instalaciones turísticas del cantón Pelileo son:

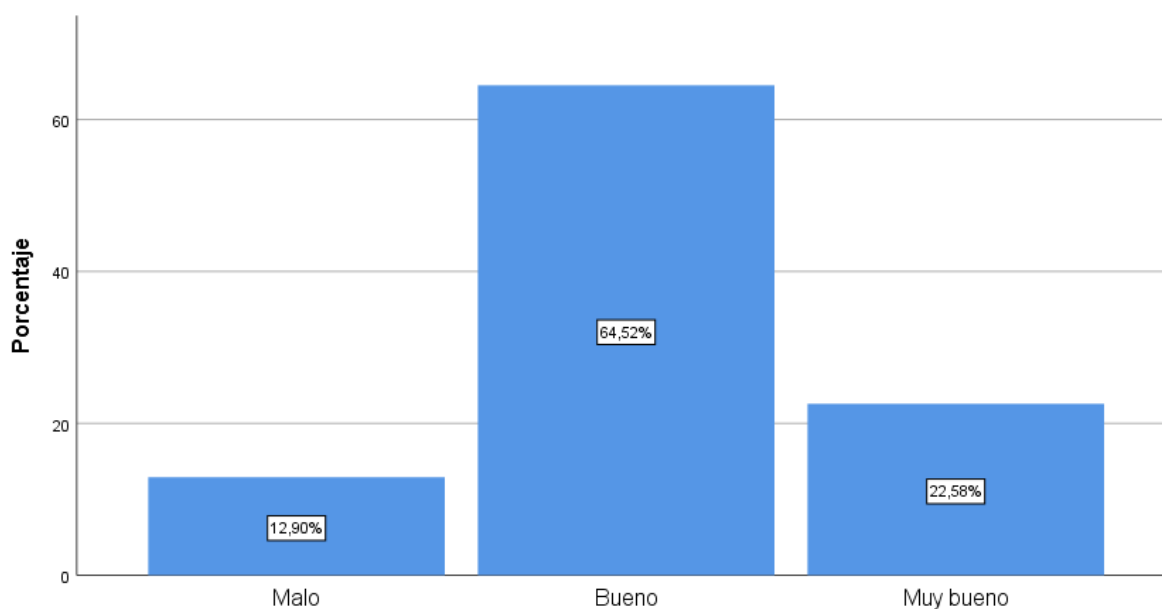
Tabla 17. Instalaciones turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	12,9	12,9	12,9
	Bueno	20	64,5	64,5	77,4
	Muy bueno	7	22,6	22,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 4. Instalaciones turísticas



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante las encuestas obtenidas de los prestadores de servicios corresponde al 64,52% consideran que las instalaciones turísticas son buenas, el 22,58% considera que las instalaciones turísticas son muy buenas y por último el 12,90% considera que las instalaciones turísticas son malas.

5. El equipamiento turístico del cantón Pelileo son:

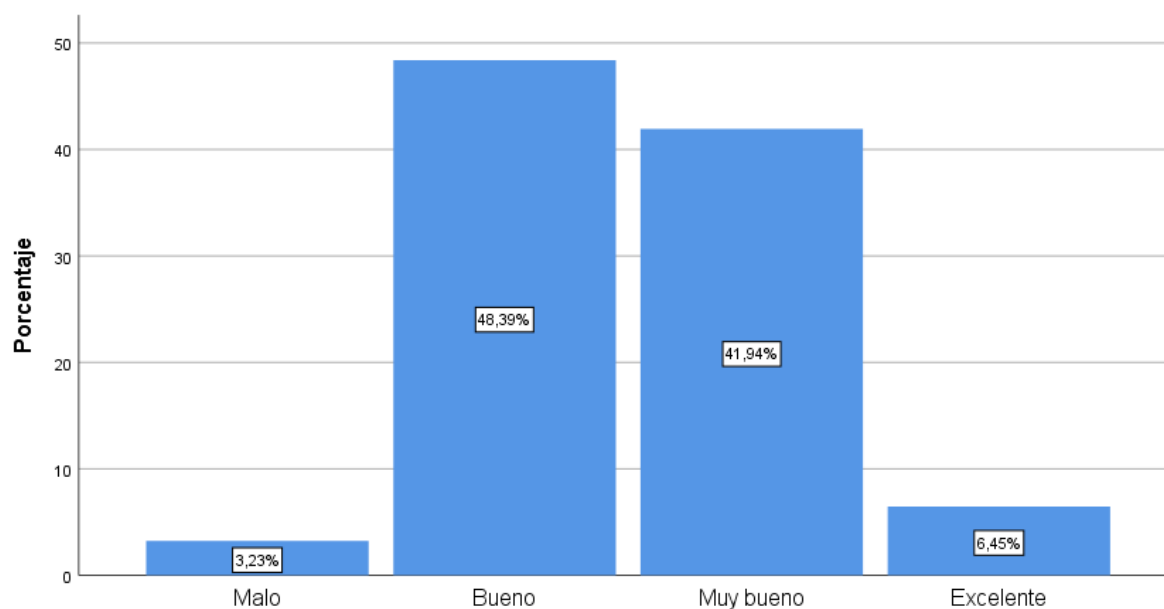
Tabla 18. Equipamiento turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	3,2	3,2	3,2
	Bueno	15	48,4	48,4	51,6
	Muy bueno	13	41,9	41,9	93,5
	Excelente	2	6,5	6,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 5. Equipamiento turístico



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios corresponde el 48,39% el equipamiento turístico es bueno, el 41,94% consideran que es muy bueno, mientras que el 6,45% consideran que es excelente y por último el 3,23% es malo, por lo tanto, se concluye que el equipamiento del cantón Pelileo es considerado bueno.

6. La infraestructura turística del cantón Pelileo es:

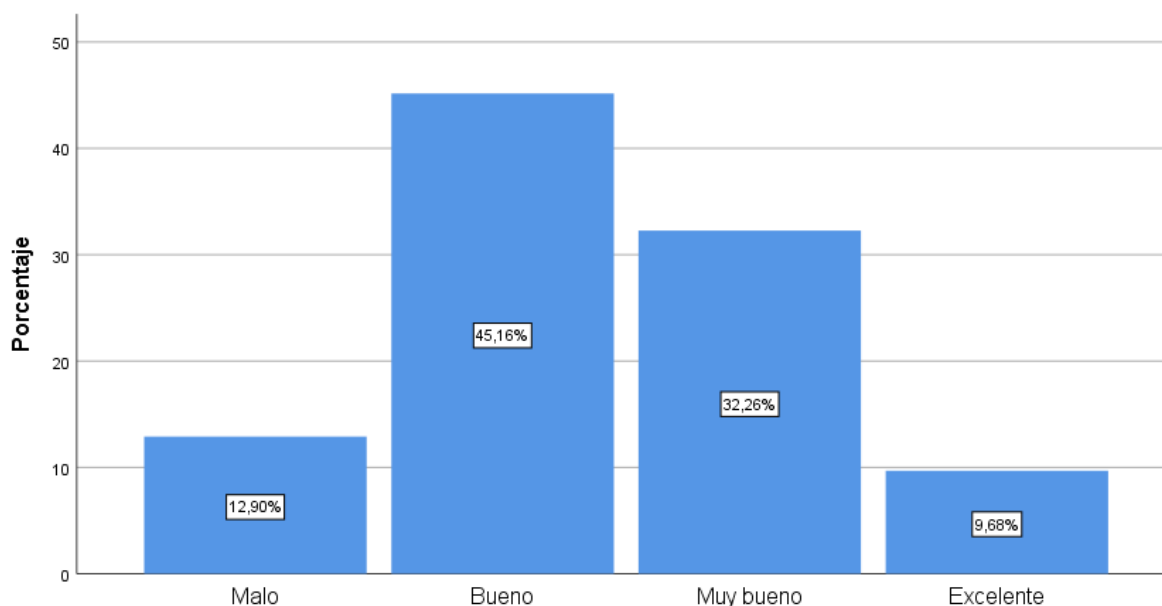
Tabla 19. Infraestructura turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	12,9	12,9	12,9
	Bueno	14	45,2	45,2	58,1
	Muy bueno	10	32,3	32,3	90,3
	Excelente	3	9,7	9,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 6. Infraestructura turística



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante los prestadores de servicios el 45,16% consideran la infraestructura del cantón Pelileo como bueno, el 32,26% es considerado como muy bueno, el 12,90% es considerado como malo y por último el 9,68% es considerado como excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios que la infraestructura del cantón Pelileo es bueno

7. Las facilidades turísticas del cantón Pelileo son:

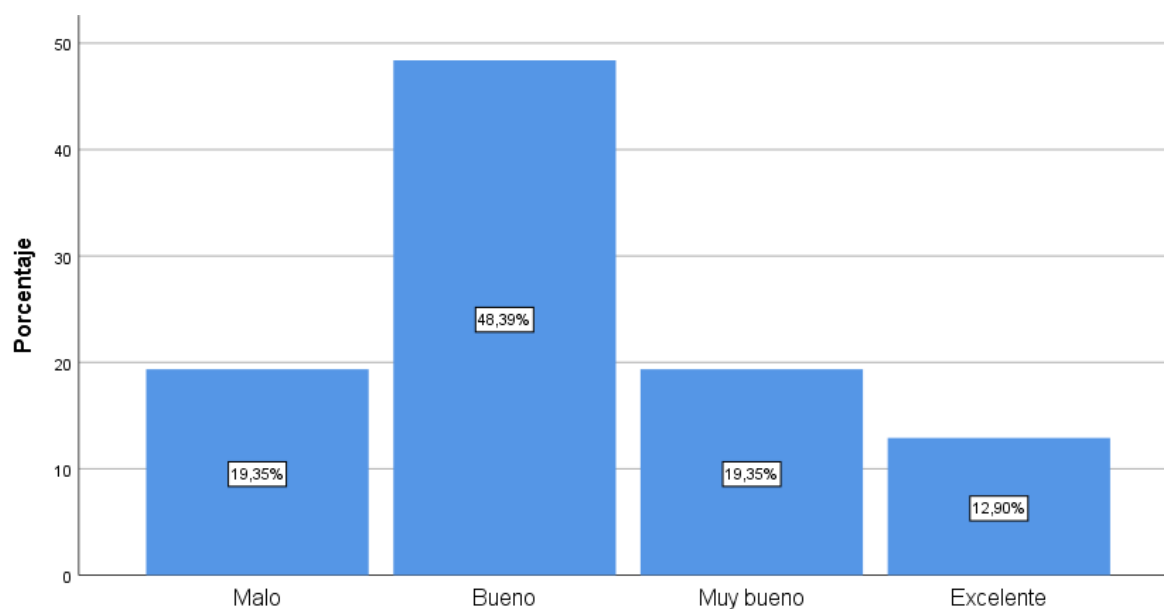
Tabla 20. Facilidades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	6	19,4	19,4	19,4
	Bueno	15	48,4	48,4	67,7
	Muy bueno	6	19,4	19,4	87,1
	Excelente	4	12,9	12,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 7. Facilidades turísticas



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos hacia los prestadores de servicios corresponde al 48,39% que las facilidades turísticas son consideradas buenas, el 19,35% es considerado como muy bueno y malo, por último, el 12,90% es considerado excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran las facilidades turísticas como buenas para el cantón Pelileo.

8. Los recursos humanos que trabajan en el ámbito turístico son:

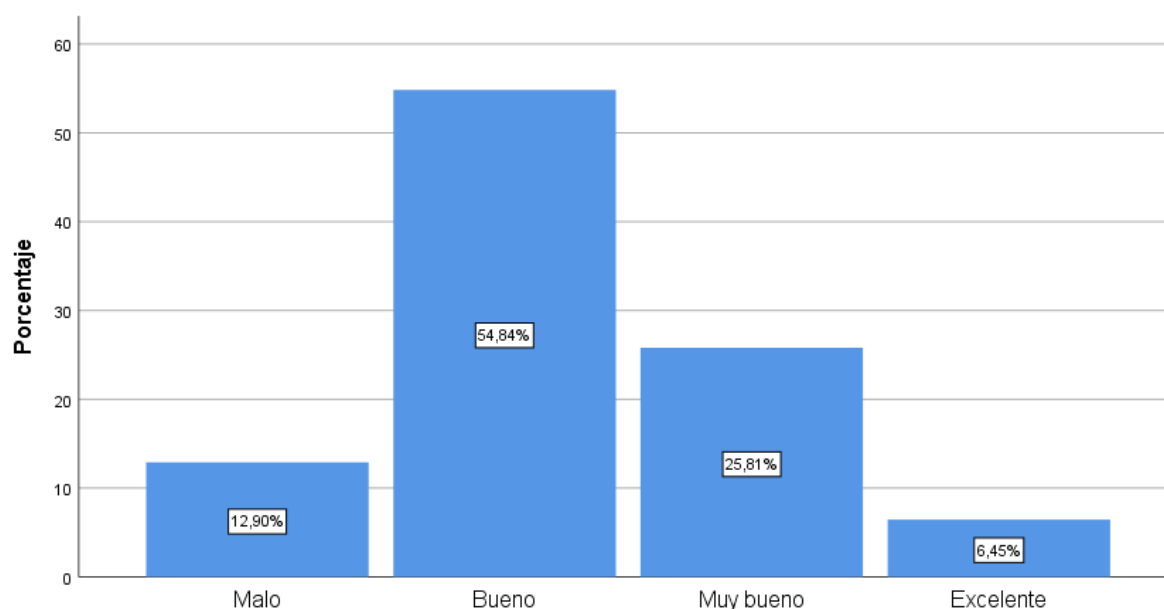
Tabla 21. Recursos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	12,9	12,9	12,9
	Bueno	17	54,8	54,8	67,7
	Muy bueno	8	25,8	25,8	93,5
	Excelente	2	6,5	6,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 8. Recursos turísticos



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios corresponde al 54,84% los recursos humanos del cantón Pelileo es bueno, el 25,81% es considerado como muy bueno, el 12,90% es malo y por último el 6,45% es considerado como excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran que los recursos humanos son buenos en el cantón Pelileo.

9. Las manifestaciones culturales del cantón Pelileo son:

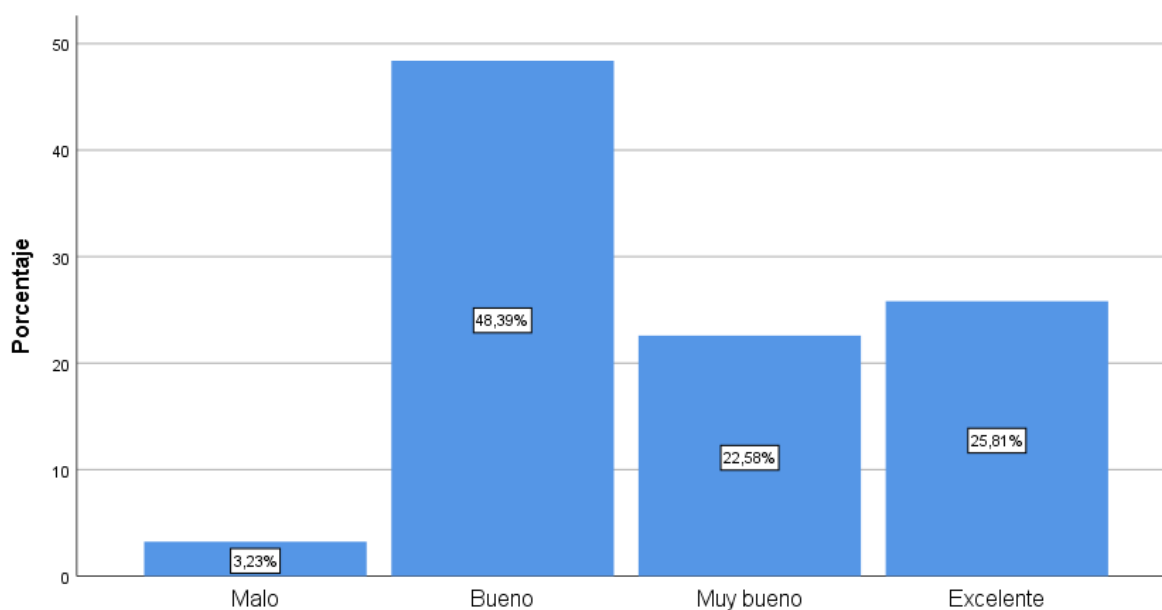
Tabla 22. Manifestaciones culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	3,2	3,2	3,2
	Bueno	15	48,4	48,4	51,6
	Muy bueno	7	22,6	22,6	74,2
	Excelente	8	25,8	25,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 9. Manifestaciones culturales



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante los prestadores de servicios corresponden al 48,39% de las manifestaciones culturales son consideradas como buenas, el 22,58% es considerado como muy bueno, el 25,81% es excelente y por último el 3,23% es malo, por lo tanto, las manifestaciones culturales del cantón Pelileo son consideradas como buenas.

10. Califiquen el estado de accesibilidad en que se encuentran los sitios naturales del cantón Pelileo:

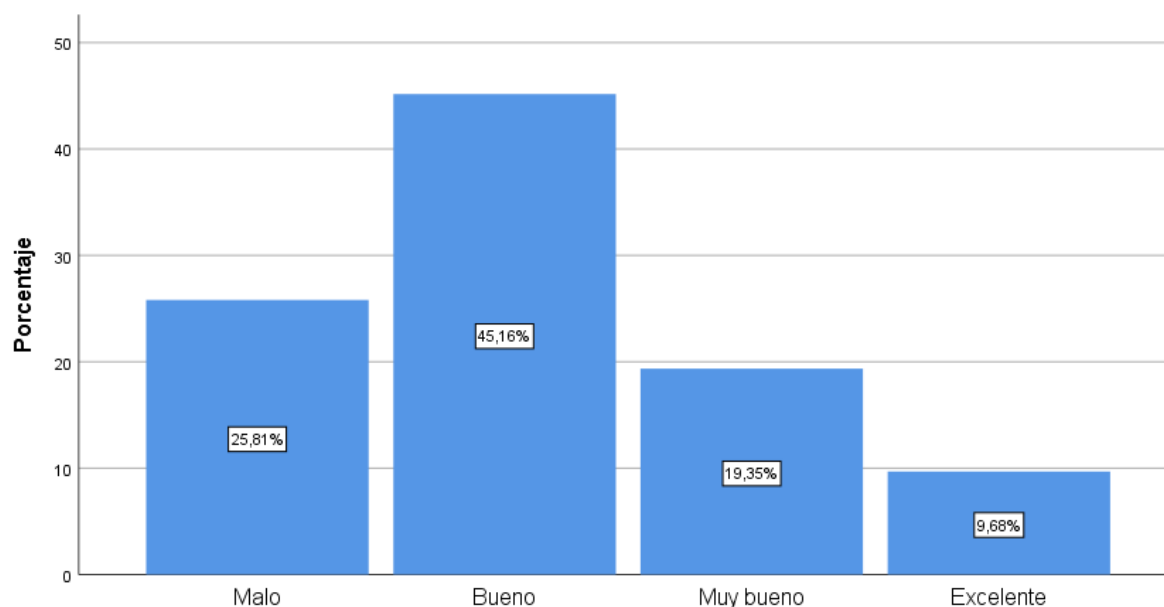
Tabla 23: Accesibilidad de los sitios naturales del cantón

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	8	25,8	25,8	25,8
	Bueno	14	45,2	45,2	71,0
	Muy bueno	6	19,4	19,4	90,3
	Excelente	3	9,7	9,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 10. Accesibilidad de los sitios naturales del cantón



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 45,16% de accesibilidad a los sitios naturales es bueno, el 25,81% corresponde a malo, el 19,35% corresponde a muy bueno y por último el 9,68% es excelente, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran que las vías de accesibilidad hacia los sitios naturales son consideradas como bueno.

11. Los recursos turísticos del cantón Pelileo son:

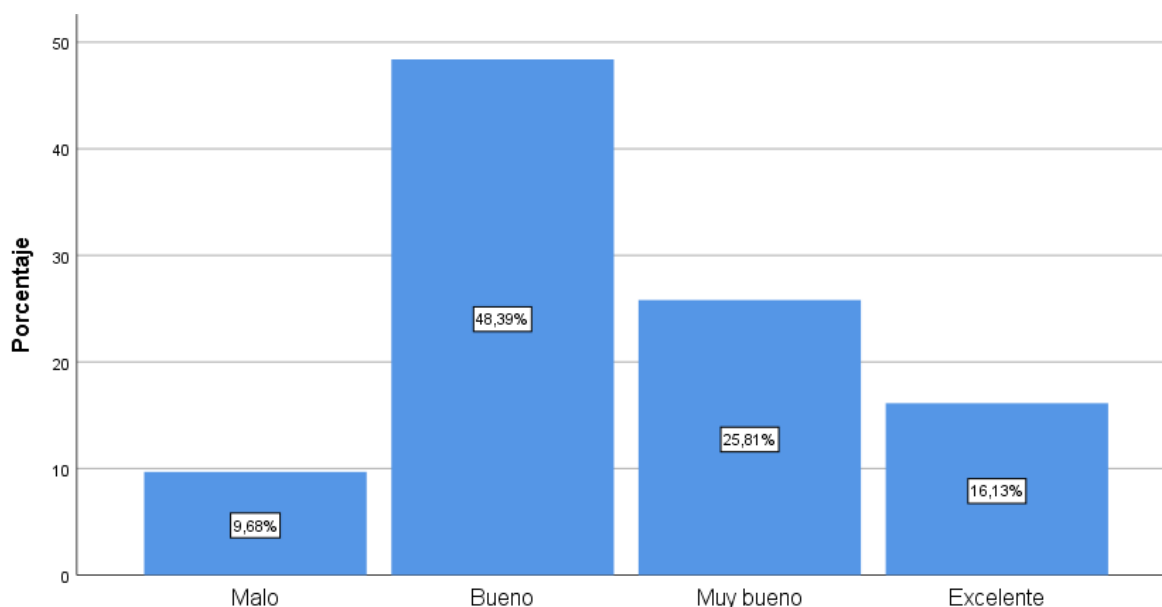
Tabla 24. Recursos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	9,7	9,7	9,7
	Bueno	15	48,4	48,4	58,1
	Muy bueno	8	25,8	25,8	83,9
	Excelente	5	16,1	16,1	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 11. Recursos turísticos



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 48,39% de los recursos turísticos es bueno, el 25,81% es considerado muy bueno, el 16,13% es considerado como excelente y el 9,68% es malo, por último, los prestadores de servicios consideran que el cantón Pelileo que los recursos turísticos que posee son buenos.

12. El servicio de alojamiento del cantón Pelileo es:

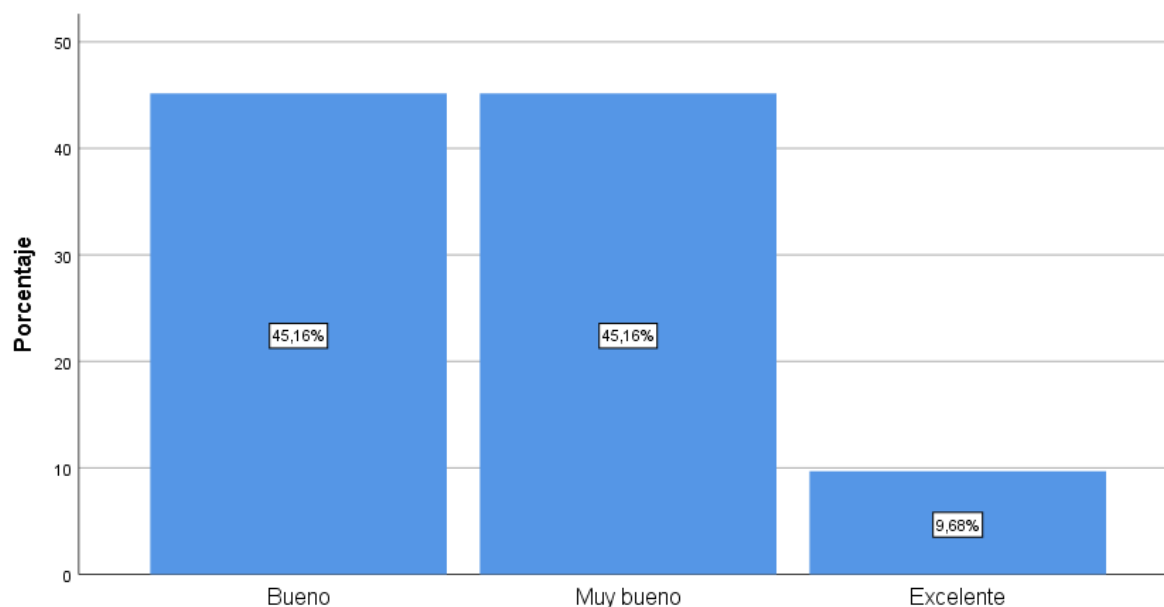
Tabla 25. Servicio de alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	14	45,2	45,2	45,2
	Muy bueno	14	45,2	45,2	90,3
	Excelente	3	9,7	9,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 12. Servicio de alojamiento



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 45,16% del servicio de alojamiento es considerado como muy bueno y bueno y el 9,68% es considerado como excelente, por último, los prestadores de servicios consideran que el servicio de alojamiento es considerado como muy bueno y bueno.

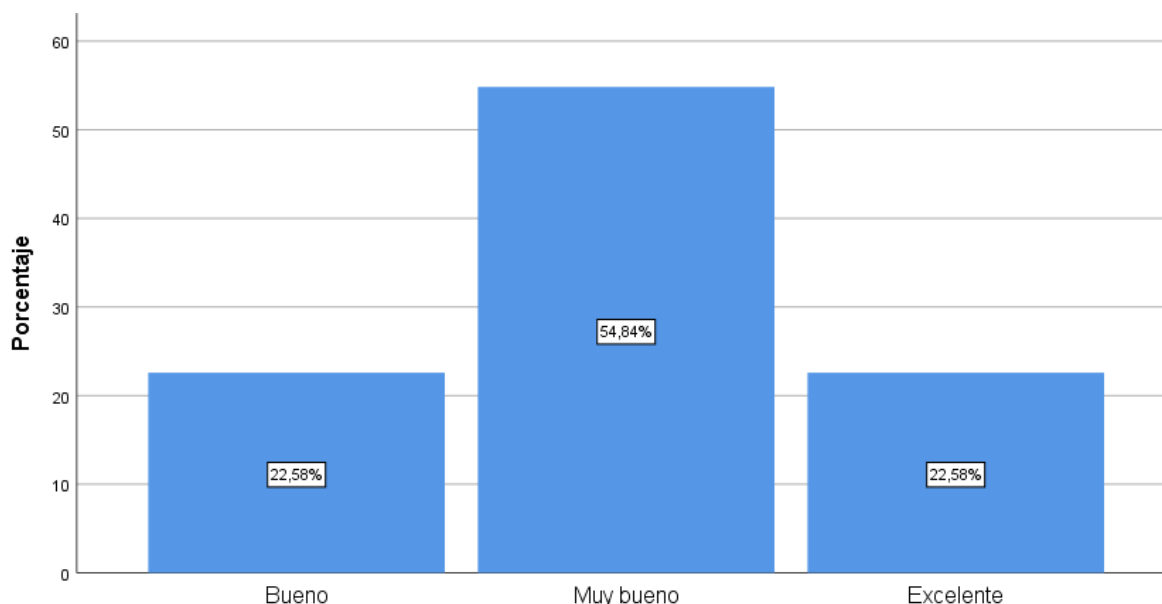
13. El servicio de alimentación del cantón Pelileo es:

Tabla 26. Servicio de alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	7	22,6	22,6	22,6
	Muy bueno	17	54,8	54,8	77,4
	Excelente	7	22,6	22,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 13. Servicio de alimentación



Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 54,84% del servicio de alimentación es considerado muy bueno, el 22,58% es considerado bueno y excelente teniendo así por último que los prestadores de servicios consideran el servicio de alimentación como muy bueno.

14. El Servicio de transporte del cantón Pelileo es:

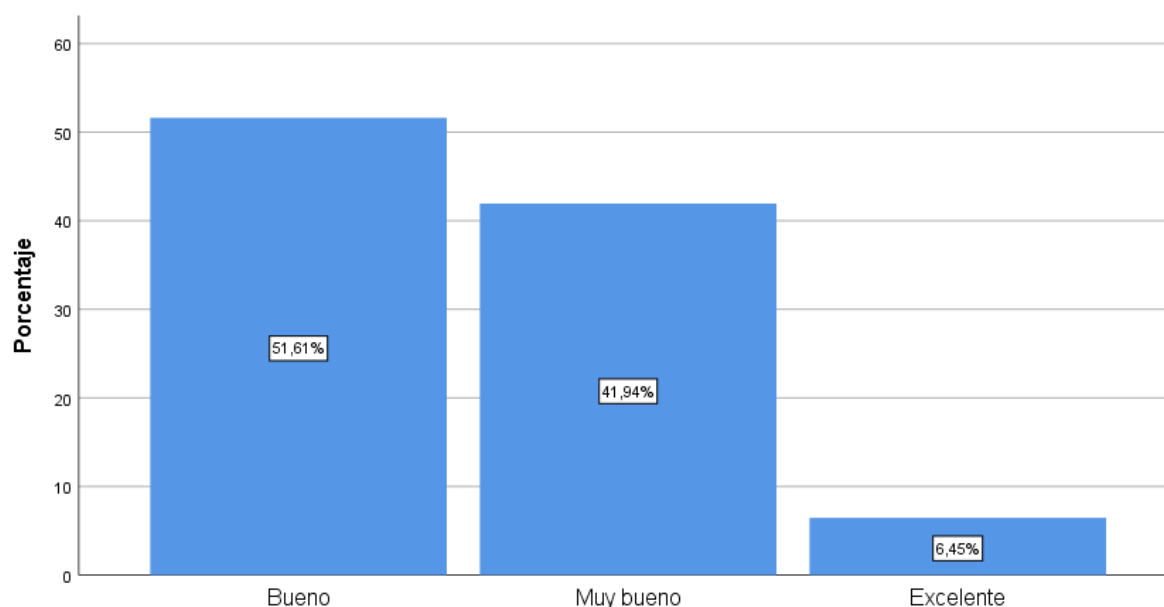
Tabla 27. Servicio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	16	51,6	51,6	51,6
	Muy bueno	13	41,9	41,9	93,5
	Excelente	2	6,5	6,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 14. Servicio de transporte



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos de los prestadores el 51,61% de servicios de transporte es considerado como bueno, el 41,94% es considerado muy bueno y por último el 6,45% es excelente, por último, los prestadores de servicios consideran el servicio de transporte como bueno

15. El servicio de guianza del cantón Pelileo es:

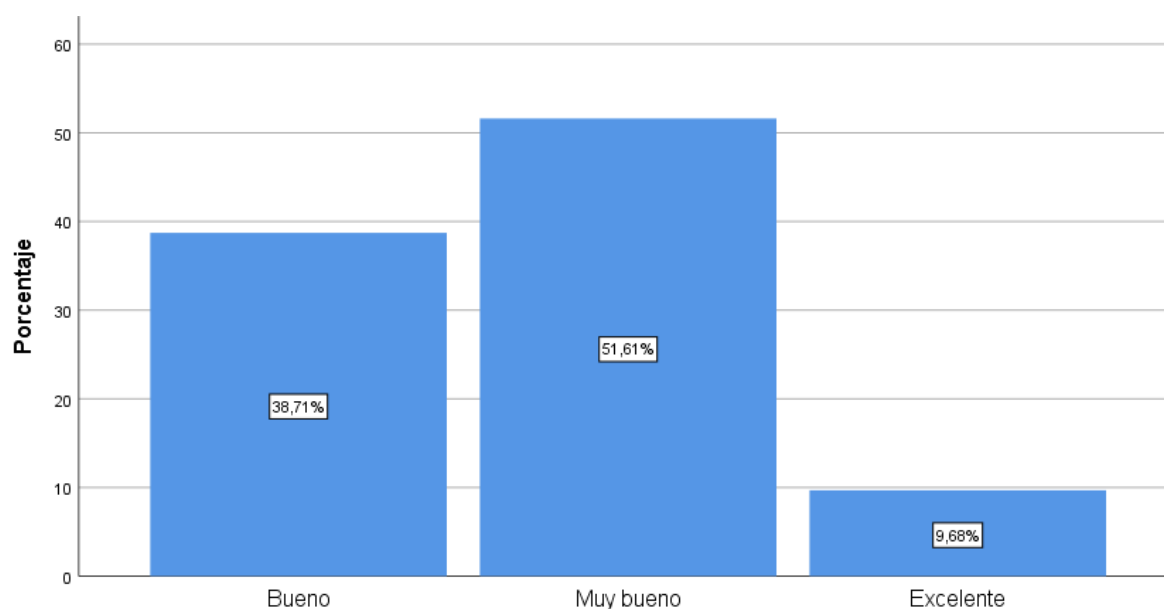
Tabla 28. Servicio de guianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	12	38,7	38,7	38,7
	Muy bueno	16	51,6	51,6	90,3
	Excelente	3	9,7	9,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 15. Servicio de guianza



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 51,61% el servicio de guianza en el cantón es muy bueno, el 38,71% es considerado como bueno y por último el 9,68% es excelente, por ende, los prestadores de servicios consideran el servicio de guianza como muy bueno.

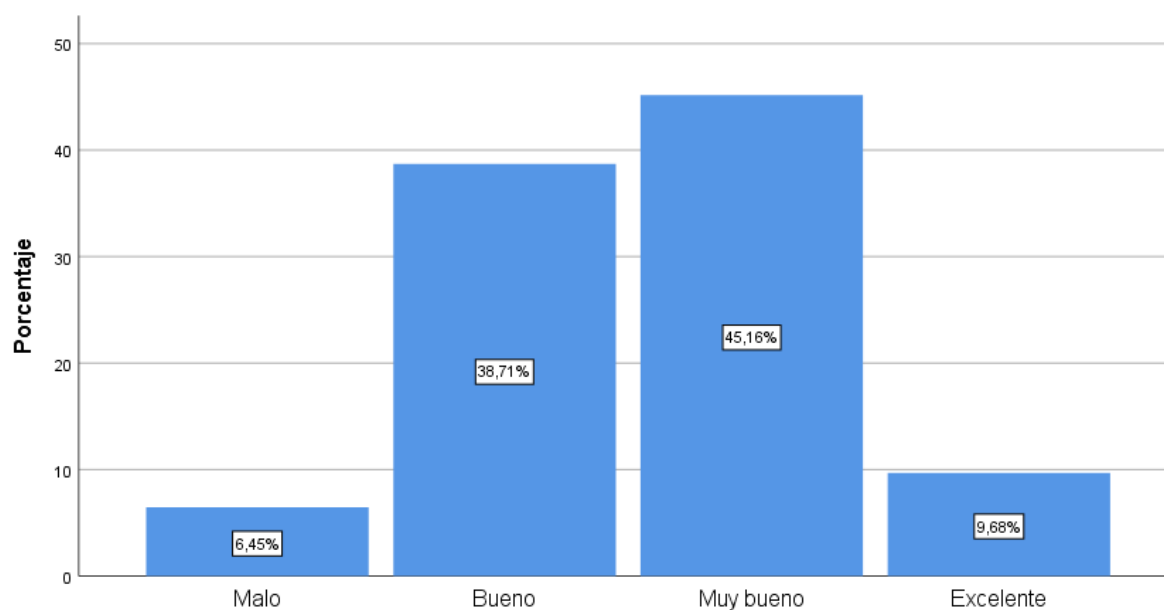
16. La percepción que tiene el turista de los atractivos y el servicio turístico del cantón Pelileo es:

Tabla 29. La percepción de los atractivos y servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	6,5	6,5	6,5
	Bueno	12	38,7	38,7	45,2
	Muy bueno	14	45,2	45,2	90,3
	Excelente	3	9,7	9,7	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 16. La percepción de los atractivos y servicios turísticos



Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 45,16% consideran que los atractivos y los servicios que tiene el cantón Pelileo es muy bueno, el 38,71% es considerado como bueno, el 9,68% es considerado como excelente y por último el 6,45% es considerado como malo, por lo tanto, los prestadores de servicios consideran que los turistas se llevan una percepción de muy bueno del lugar.

17. Las expectativas del turista en el cantón Pelileo es:

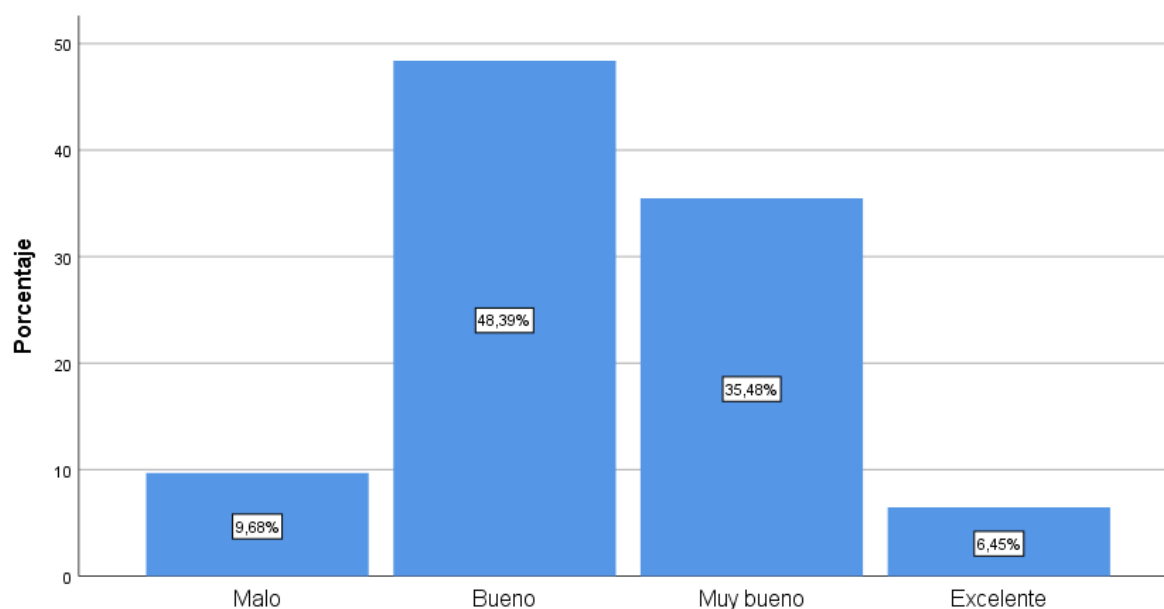
Tabla 30. Expectativa del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Malo	3	9,7	9,7	9,7
Bueno	15	48,4	48,4	58,1
Muy bueno	11	35,5	35,5	93,5
Excelente	2	6,5	6,5	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 17. Expectativa del turista



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos los prestadores de servicios el 48,39% de las expectativas del cantón es bueno, el 35,48% es considerado como bueno, el 9,68% es considerado como malo y por último el 6,45% es considerado como excelente, teniendo, así como finalizado que los prestadores de servicios consideran que los turistas tienen una buena expectativa del cantón de bueno.

18. Califique la satisfacción que se lleva el turista del cantón Pelileo es:

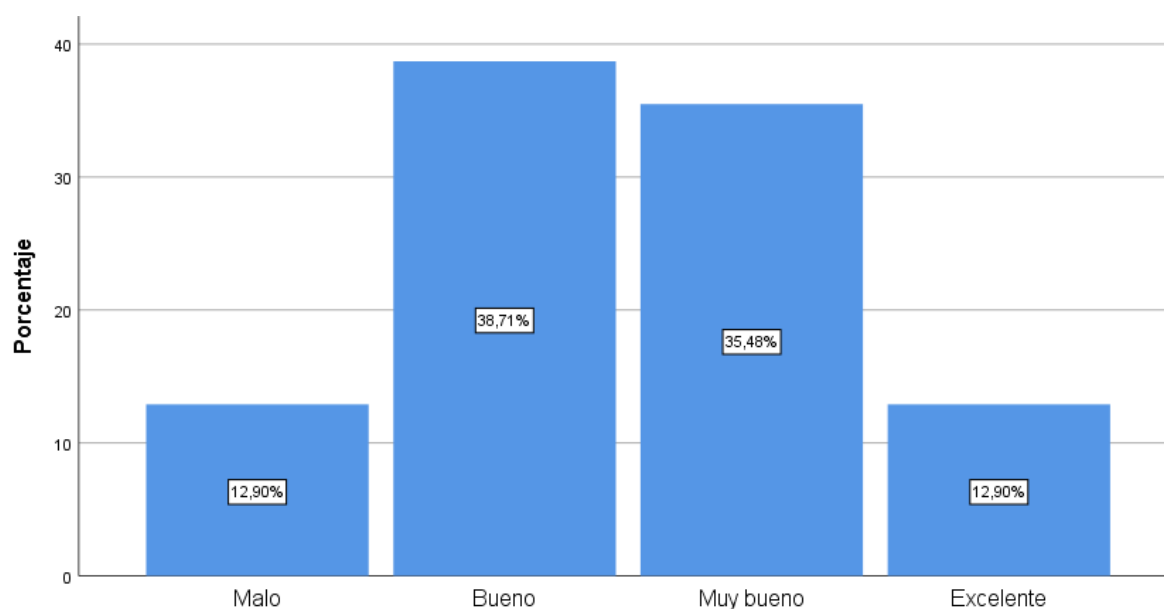
Tabla 31. Satisfacción del turista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	12,9	12,9	12,9
	Bueno	12	38,7	38,7	51,6
	Muy bueno	11	35,5	35,5	87,1
	Excelente	4	12,9	12,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 18. Satisfacción de turista



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 38,71% es la satisfacción que se lleva el turista de bueno, el 35,48% es considerado como muy bueno, el 12,90% es considerado como excelente y malo teniendo así por último que los prestadores de servicios consideran que el turista se lleva una satisfacción de bueno.

19. Indique el tipo de servicio turístico oferta

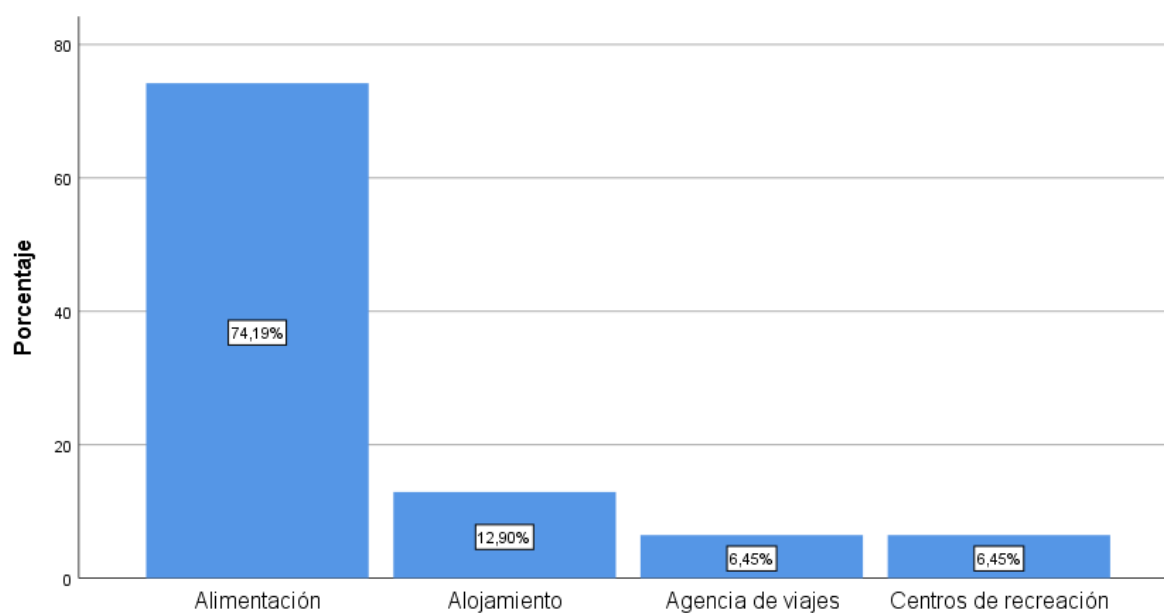
Tabla 32. Tipo de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Alimentación	23	74,2	74,2	74,2
Alojamiento	4	12,9	12,9	87,1
Agencia de viajes	2	6,5	6,5	93,5
Centros de recreación	2	6,5	6,5	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 19. Tipo de servicio



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos de los prestadores de servicios el 74,19% pertenece a alimentación, el 12,90% pertenece alojamiento, el 6,45% agencia de viajes y el 6,45% pertenece a los centros de recreación.

20. ¿A través de qué medios de comunicación promociona sus servicios turísticos?

Tabla 33. Medios de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes sociales	31	100,0	100,0	100,0

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 20. Medios de comunicación



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios el 100,00% promociona sus servicios mediante las redes sociales

21. ¿Considera que el cantón Pelileo posee atractivos turísticos para ofertar?

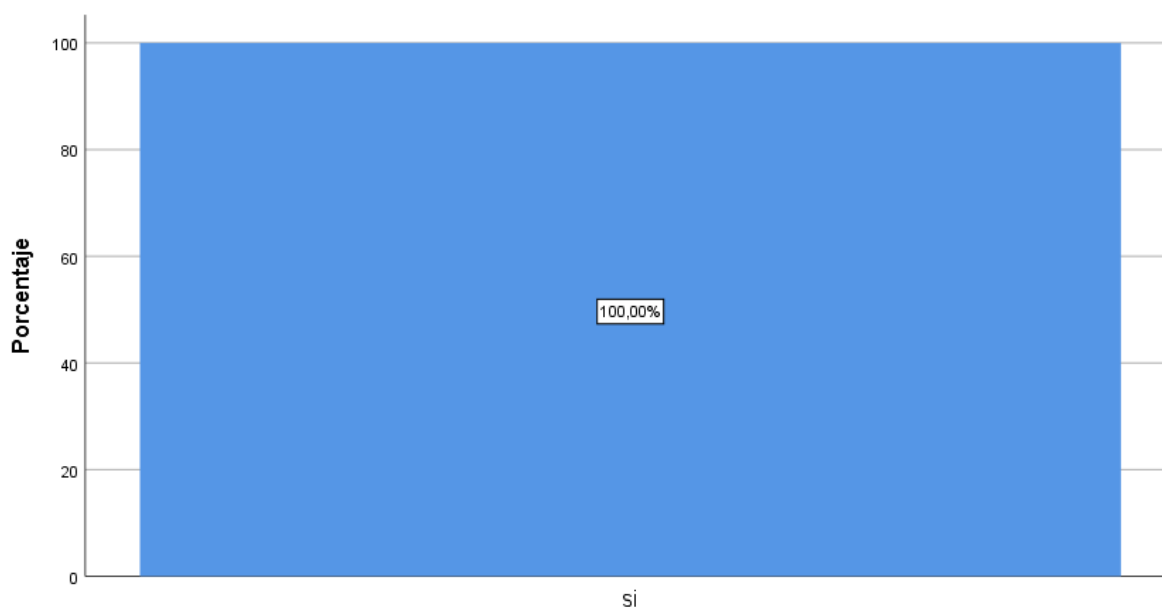
Tabla 34. Atractivos turísticos para ofertar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	31	100,0	100,0	100,0

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 21. Atractivos turísticos para ofertar



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios el 100,00% está de acuerdo que el cantón Pelileo posee atractivos turísticos para ofertar.

22. ¿Cuáles es el atractivo turístico más visitados del cantón Pelileo?

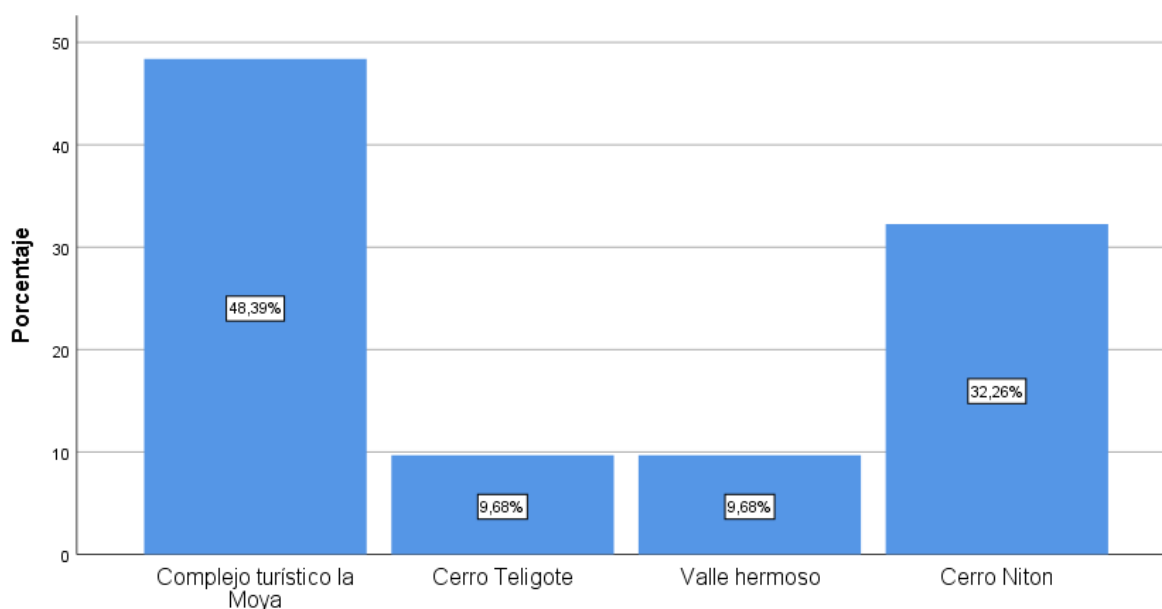
Tabla 35. Atractivos turísticos del cantón Pelileo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Complejo turístico la Moya	15	48,4	48,4	48,4
Cerro Teligote	3	9,7	9,7	58,1
Valle hermoso	3	9,7	9,7	67,7
Cerro Niton	10	32,3	32,3	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 22. Atractivos turísticos del cantón Pelileo



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos se determina que el 100,00% de los prestadores de servicios están de acuerdo que las manifestaciones culturales del cantón Pelileo ayudan a fomentar el turismo.

23. ¿Las manifestaciones culturales ayudan a fomentar el turismo dentro del cantón Pelileo?

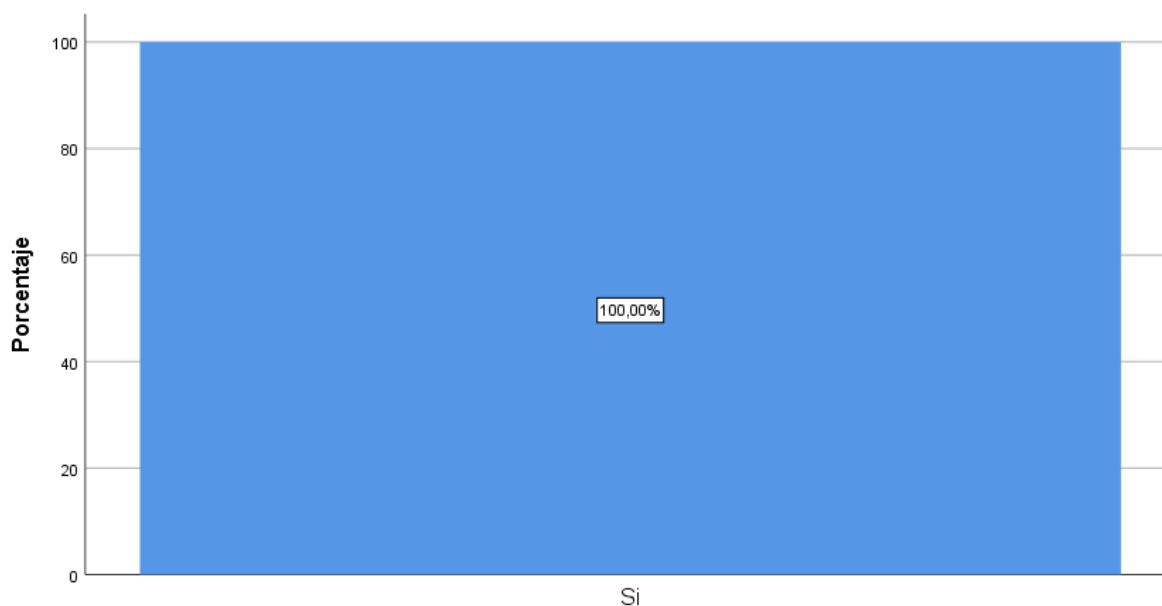
Tabla 36. Manifestaciones culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	100,0	100,0	100,0

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 23. Manifestaciones culturales



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos se determina que el 100,00% de los prestadores de servicios están de acuerdo que las manifestaciones culturales del cantón Pelileo ayudan a fomentar el turismo.

Anexo 9. Resultados de la variable dependiente: Promoción turística

1. Indique su género

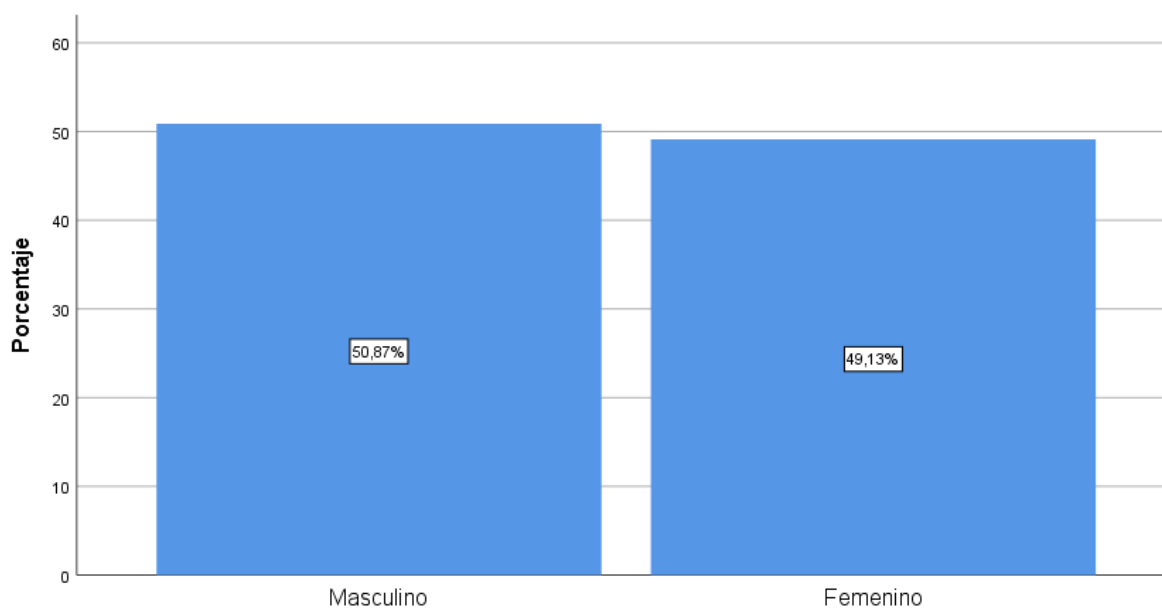
Tabla 37. Indique su género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	117	50,9	50,9	50,9
	Femenino	113	49,1	49,1	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 24. Indique su género



Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante los resultados obtenidos se determina que el 50,87% de turistas que visitan el cantón Pelileo son de género masculino y el 49% al género femenino. Esto concluye que el cantón Pelileo es visitado por el género masculino con un 50,87%

2. Indique su edad

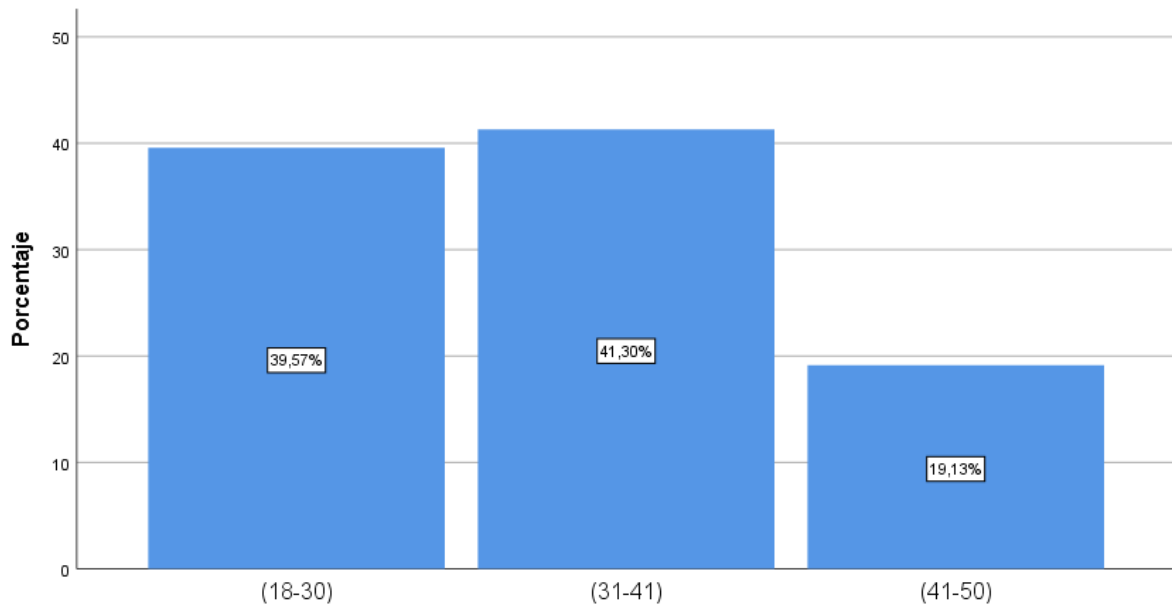
Tabla 38. Indique su edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	(18-30)	91	39,6	39,6	39,6
	(31-41)	95	41,3	41,3	80,9
	(41-50)	44	19,1	19,1	100,0
Total		230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 25. Indique su edad



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

A partir los resultados obtenidos de edad sobre el promedio de turistas que visitan el cantón Pelileo se determina que el 41,30% están en el rango de 31-41 años, mientras que un 39,57% está en el rango de 18-30 años, por lo tanto, un 19,13% abarca a los que están en un rango de 41-50.

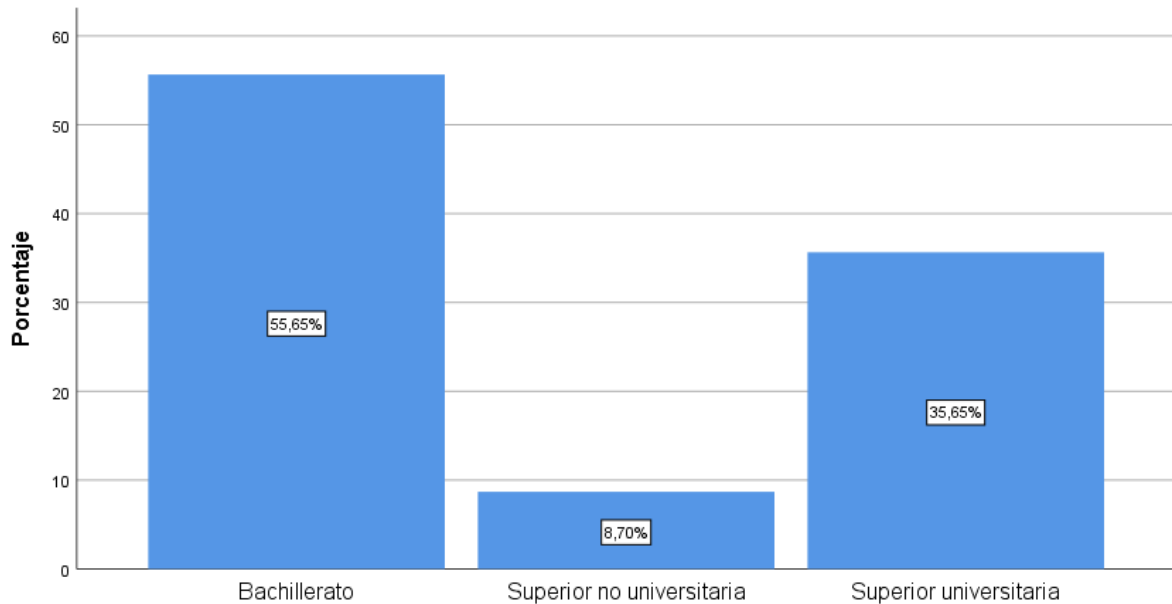
3. Indique su nivel de instrucción

Tabla 39. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bachillerato	128	55,7	55,7	55,7
Superior no universitaria	20	8,7	8,7	64,3
Superior universitaria	82	35,7	35,7	100,0
Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 26. Nivel de instrucción



Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo al nivel de instrucción de los turistas encuestados que visitan el cantón Pelileo el 55,65% de los encuestados tienen una educación de bachillerato mientras que el 35,65% hace referencia a un nivel de universitario y el 8,70% hace referencia a superior no universitaria. Esto se concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo tienen un nivel de bachillerato con el 55.65%.

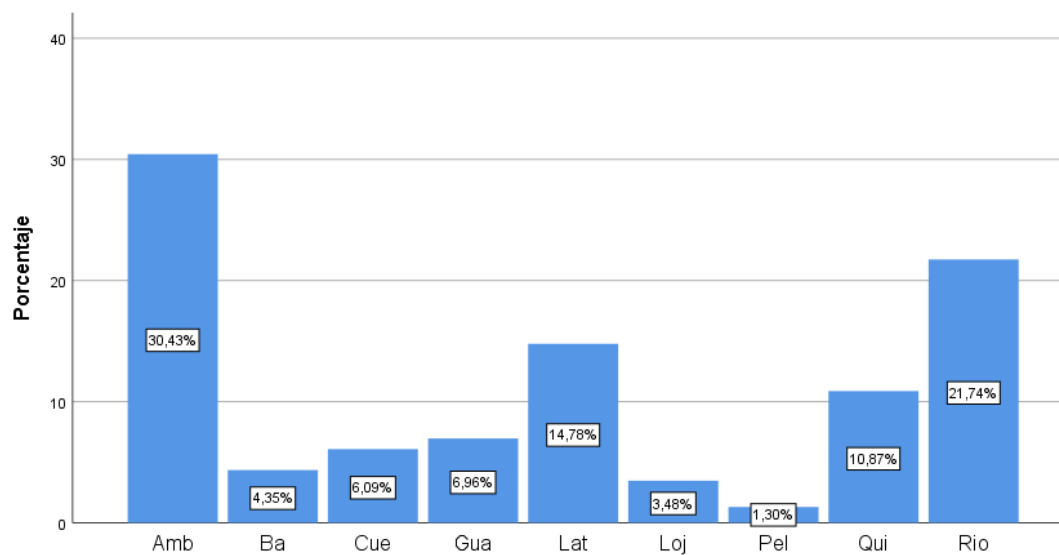
4. Lugar de procedencia

Tabla 40. Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ambato	70	30,4	30,4	30,4
	Baños	10	4,3	4,3	34,8
	Cuenca	14	6,1	6,1	40,9
	Guayaquil	16	7,0	7,0	47,8
	Latacunga	34	14,8	14,8	62,6
	Loja	8	3,5	3,5	66,1
	Pelileo	3	1,3	1,3	67,4
	Quito	25	10,9	10,9	78,3
	Riobamba	50	21,7	21,7	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 27. Lugar de procedencia



Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan y cantón Pelileo demuestran que un 30,43% son de Ambato, un 21,74% son de Riobamba, mientras que un 14,78% son de Latacunga y con un 10,87% de la ciudad de Quito. Esto concluye que los turistas que visitan el cantón Pelileo son de la ciudad de Ambato.

5. El marketing empleado sobre los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo es:

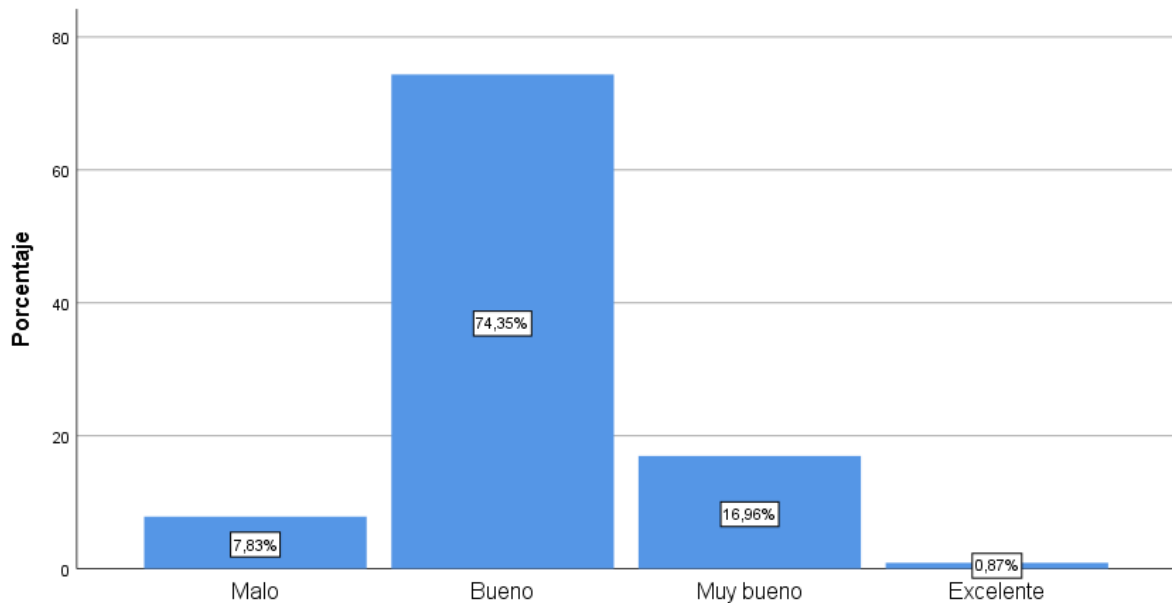
Tabla 41. Marketing sobre los atractivos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	18	7,8	7,8	7,8
	Bueno	171	74,3	74,3	82,2
	Muy bueno	39	17,0	17,0	99,1
	Excelente	2	,9	,9	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 28. Marketing sobre los atractivos turísticos



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 74,35% es bueno, un 16,96% muy bueno, mientras que un 7,83% el marketing es malo y un 0,87% es excelente, por lo tanto, se concluye diciendo que los turistas que visitan el cantón Pelileo creen que el marketing empleado es muy bueno.

6. Las estrategias empleadas para realizar la publicidad de los atractivos turísticos del cantón Pelileo son:

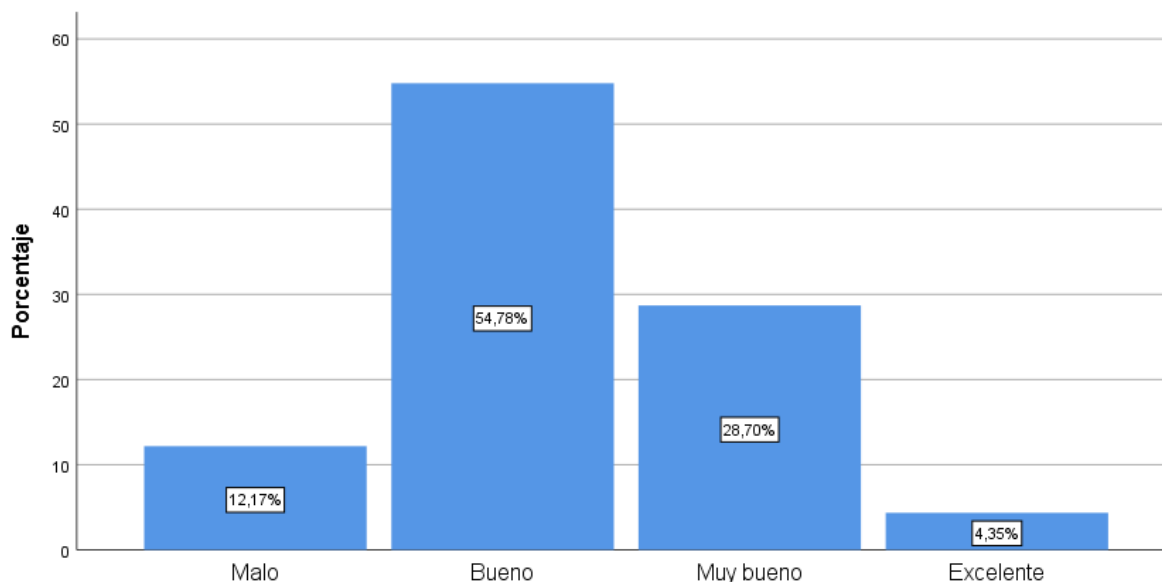
Tabla 42. Estrategias empleadas para la promoción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	28	12,2	12,2	12,2
	Bueno	126	54,8	54,8	67,0
	Muy bueno	66	28,7	28,7	95,7
	Excelente	10	4,3	4,3	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 29. Estrategias empleadas para la promoción



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 54,78% es bueno, un 28,70% muy bueno mientras que un 12,17% es malo y un 4,35% es excelente, por lo tanto, se concluye que los turistas que visitan el cantón Pelileo creen que las estrategias empleadas para la publicidad del cantón Pelileo es bueno.

7. El precio en relación con el valor de los servicios en los atractivos turísticos del cantón Pelileo es:

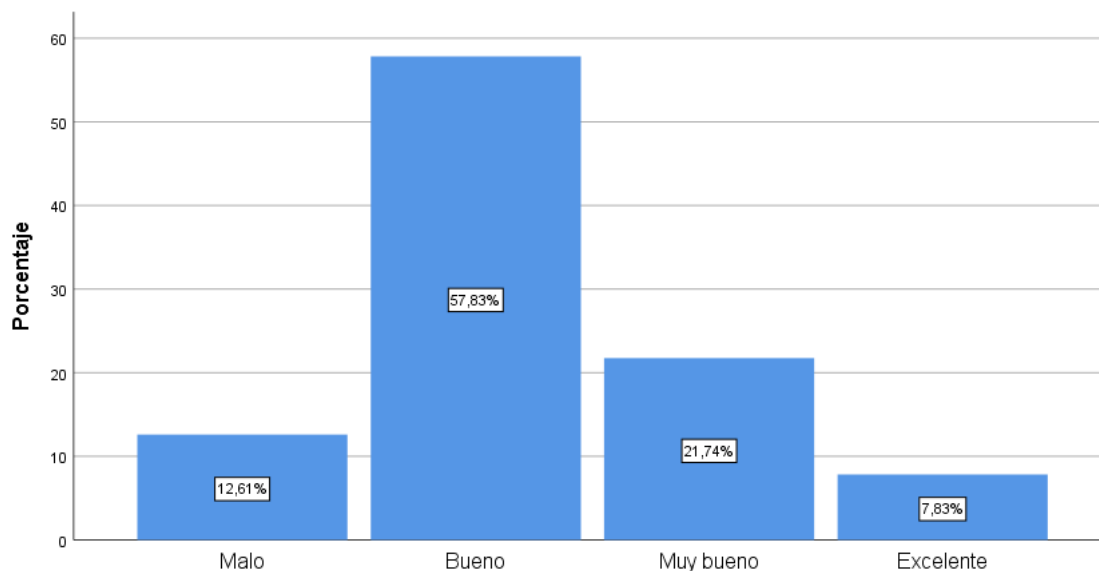
Tabla 43. Precio en relación con el valor de los servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	29	12,6	12,6	12,6
	Bueno	133	57,8	57,8	70,4
	Muy bueno	50	21,7	21,7	92,2
	Excelente	18	7,8	7,8	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 30. Precio en relación con el valor de los servicios



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 57,83% es bueno, un 21,74% muy bueno mientras que un 12,81% es excelente y un 7,83% es malo, por tanto, se concluye que los turistas están conformes con la relación al precio de los atractivos turísticos.

8. La promoción de los atractivos turísticos por medio de los sitios web del cantón Pelileo es:

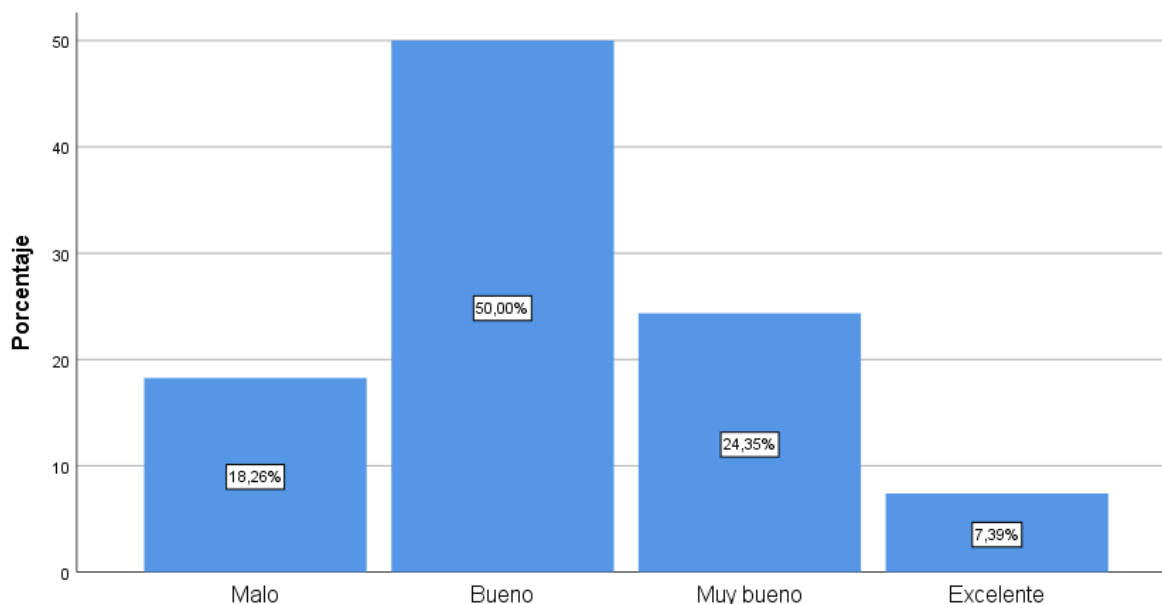
Tabla 44. Promoción de los atractivos turísticos por sitios web

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	42	18,3	18,3	18,3
	Bueno	115	50,0	50,0	68,3
	Muy bueno	56	24,3	24,3	92,6
	Excelente	17	7,4	7,4	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 31. Promoción de los atractivos turísticos por sitios web



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 50,00% es bueno, un 24,35% es malo mientras que un 18,26% es bueno y un 7,39% es excelente, por lo tanto, se concluye que la publicidad mediante el diario horizonte de los atractivos turísticos es muy buena.

9. La publicidad que se realiza en el diario horizonte sobre atractivos turísticos del cantón Pelileo es:

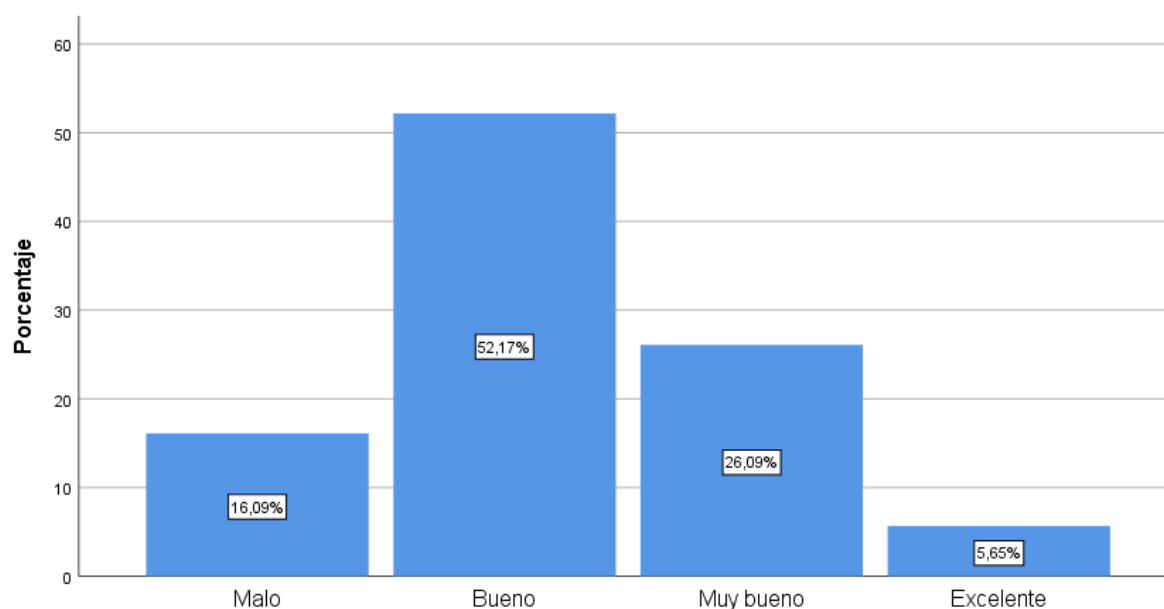
Tabla 45. Publicidad en el diario horizonte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	37	16,1	16,1	16,1
	Bueno	120	52,2	52,2	68,3
	Muy bueno	60	26,1	26,1	94,3
	Excelente	13	5,7	5,7	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 32. Publicidad en el diario horizonte



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 52,17% es bueno, un 26,09% es muy buena mientras tanto un 16,09% es mala y un 5,65% es excelente, , se concluye que la publicidad mediante el diario horizonte de los atractivos turísticos es buena.

10. La promoción turística del cantón por medio de la televisión es:

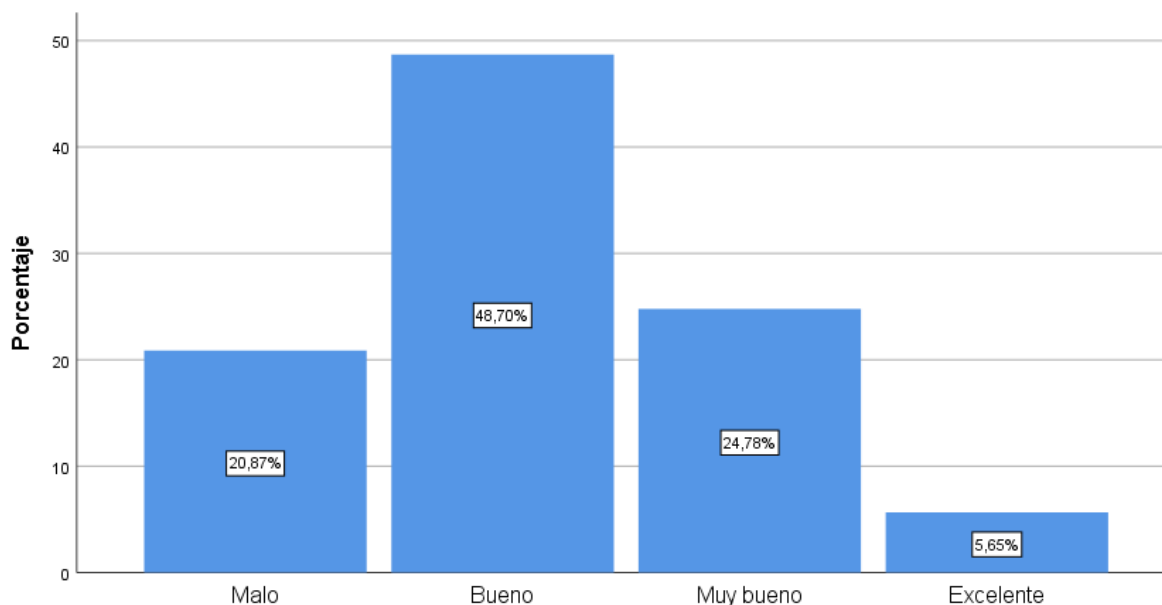
Tabla 46. Promoción turística por medio de la televisión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	48	20,9	20,9	20,9
	Bueno	112	48,7	48,7	69,6
	Muy bueno	57	24,8	24,8	94,3
	Excelente	13	5,7	5,7	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 33. Promoción turística por medio de la televisión



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 48,70% es buena, un 24,78% es muy bueno mientras que un 20,87% malo y un 5,65% es excelente. Esto concluye que la promoción de los atractivos turísticos que posee el cantón Pelileo es buena.

11. La difusión por redes sociales de información de atractivos turísticos del cantón Pelileo es:

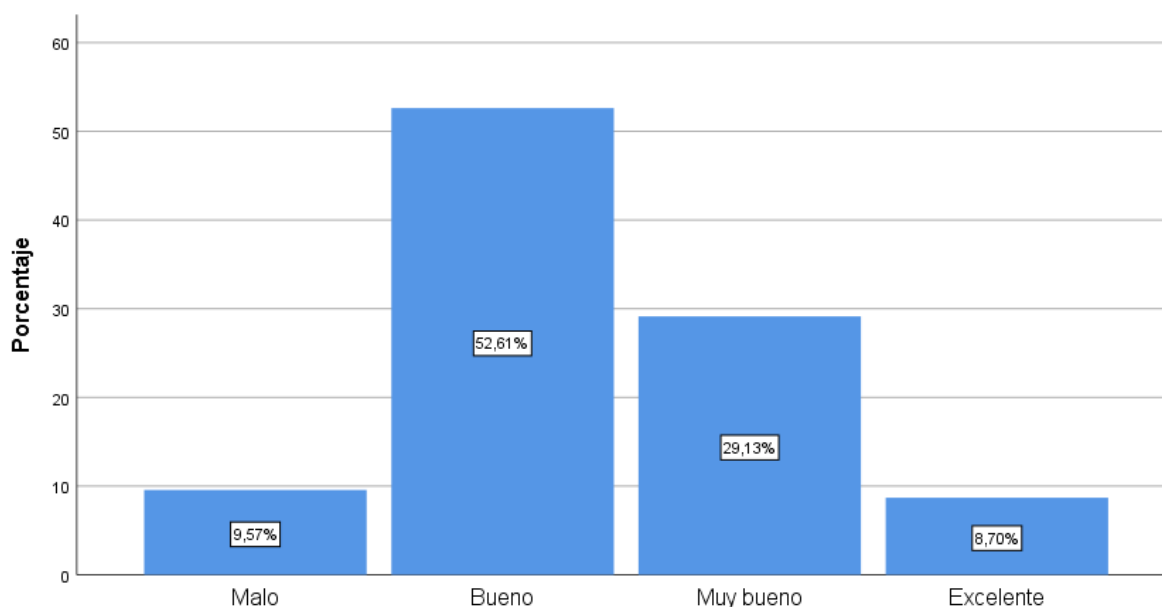
Tabla 47. Difusión por redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	22	9,6	9,6	9,6
	Bueno	121	52,6	52,6	62,2
	Muy bueno	67	29,1	29,1	91,3
	Excelente	20	8,7	8,7	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 34. Difusión por redes sociales



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 52,61% es bueno, un 29,13% es muy bueno mientras que un 9,57% es mala y un 8,70% es excelente estoy concluye que la difusión de atractivos mediante las redes sociales es buena.

12. Como considera a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo de tomar las necesidades del turista son:

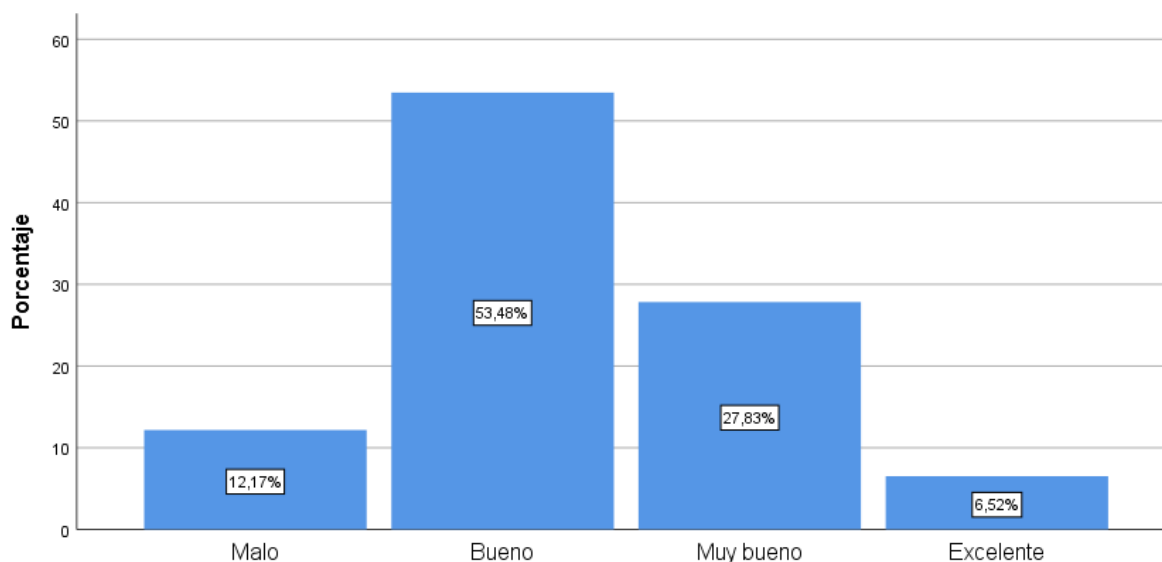
Tabla 48. Necesidades del turista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	28	12,2	12,2	12,2
	Bueno	123	53,5	53,5	65,7
	Muy bueno	64	27,8	27,8	93,5
	Excelente	15	6,5	6,5	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 35. Necesidades del turista



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan el cantón Pelileo demuestran que un 53,48% es bueno., un 27,83% es muy bueno mientas que un 12,17% es mala y un 6,52% es excelente. Esto se concluye con un resultado con un 53,48% que las necesidades de los turistas son tomadas en cuenta por los prestadores de servicios.

13. Califique las preferencias de los turistas en los servicios turísticos son:

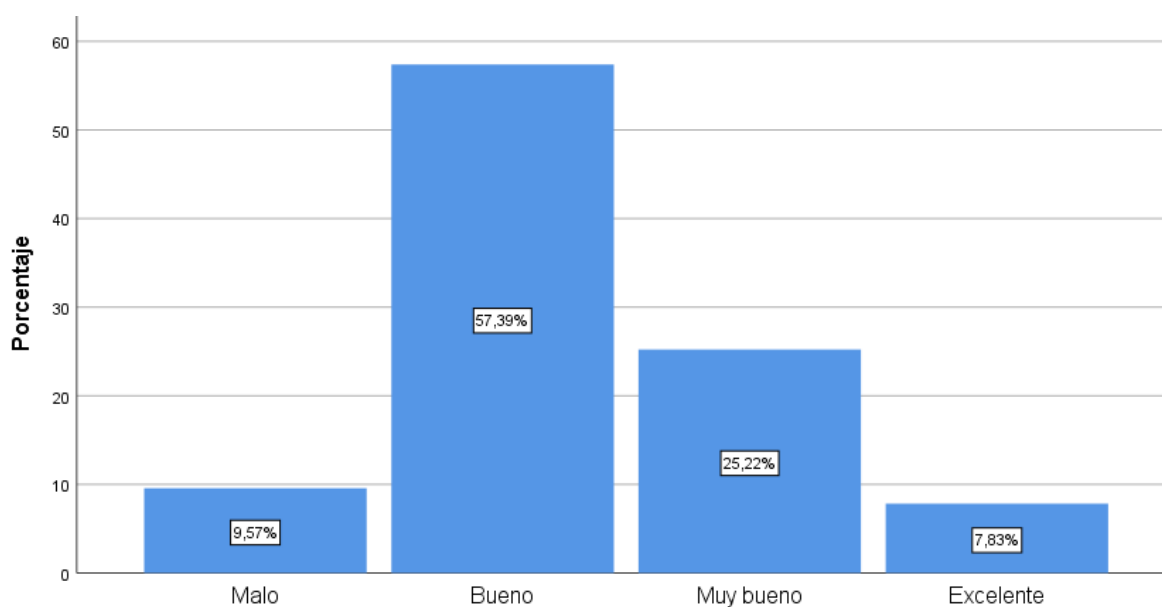
Tabla 49. Preferencias de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	22	9,6	9,6	9,6
	Bueno	132	57,4	57,4	67,0
	Muy bueno	58	25,2	25,2	92,2
	Excelente	18	7,8	7,8	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 36. Preferencias de los turistas



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 57,39% es bueno, un 25,22% es muy bueno mientras que un 9,57% es mala y un 7,83% es excelente. Esto concluye que los servicios turísticos del cantón Pelileo son buenos para los turistas con un 57,39%.

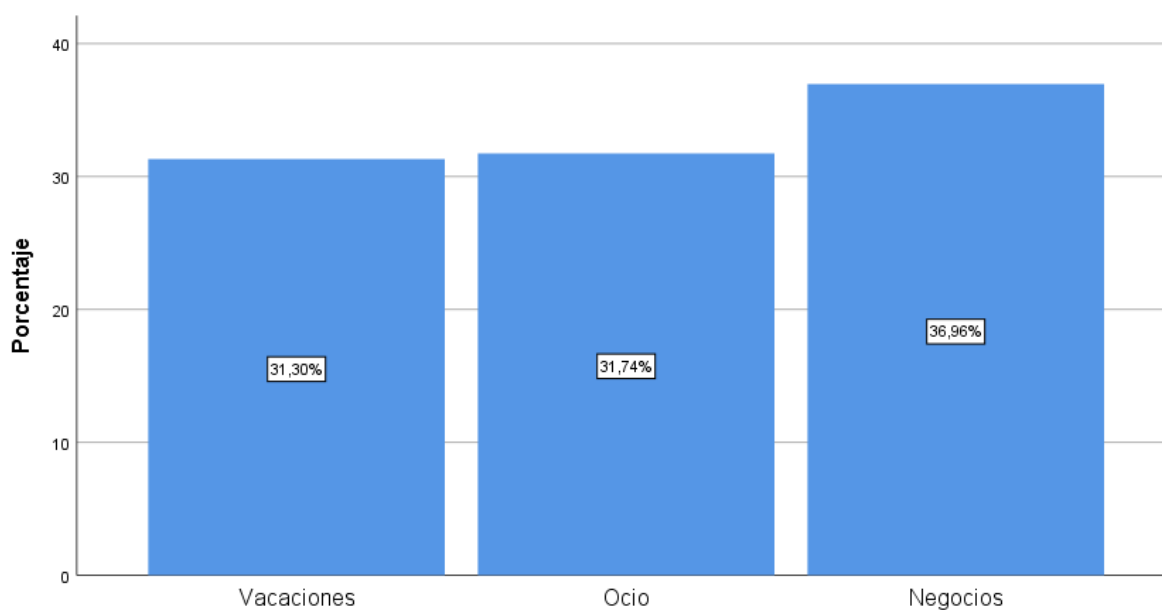
14. Motivo por el cual visita el cantón Pelileo es:

Tabla 50. Motivo por el cual visita cantón Pelileo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vacaciones	72	31,3	31,3	31,3
	Ocio	73	31,7	31,7	63,0
	Negocios	85	37,0	37,0	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 37. Motivo por el cual visita cantón Pelileo



Fuente: IMB SPSS Versión 22
Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 36,96% es de negocios, un 31,74% visitan por ocio y un 31,30% visitan el cantón Pelileo por vacaciones. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo son personas que más realizan negocios con el cantón.

15. ¿A través de que medio de comunicación se informa antes de realizar su viaje?

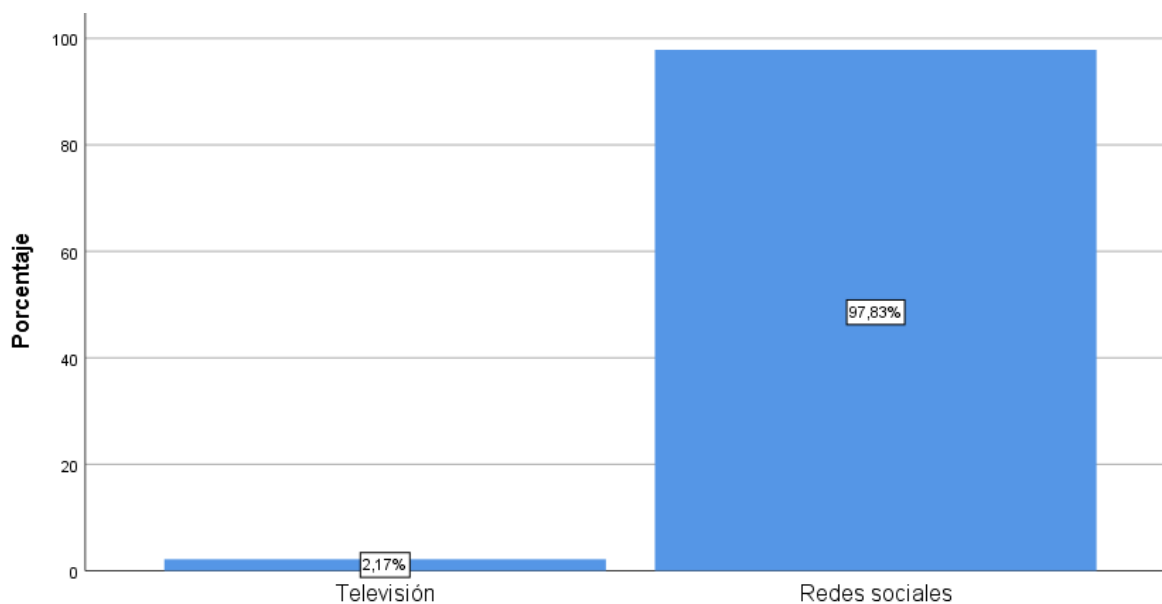
Tabla 51. Medio de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Televisión	5	2,2	2,2	2,2
Redes sociales	225	97,8	97,8	100,0
Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 38. Medio de comunicación



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 97,83% se informan mediante las redes sociales, y un 2,17% por medio de la televisión. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo se informan mediante las redes sociales para el conocimiento de los atractivos.

16. ¿Cuánto tiempo de anticipo planea el viaje?

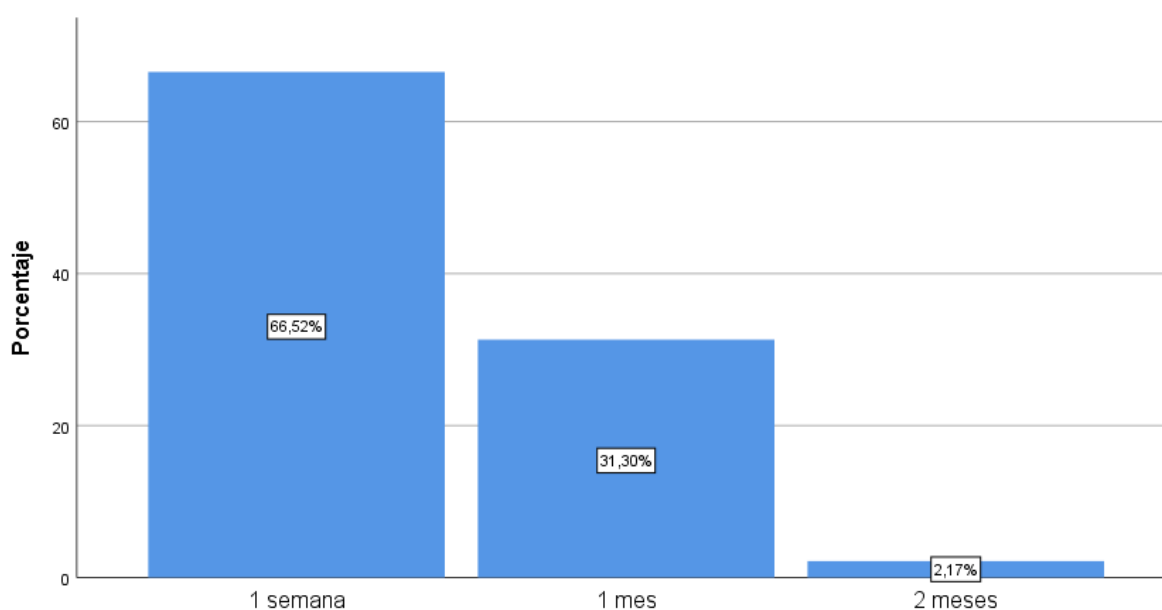
Tabla 52. Tiempo de anticipo de viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 semana	153	66,5	66,5	66,5
	1 mes	72	31,3	31,3	97,8
	2 meses	5	2,2	2,2	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 39. Tiempo de anticipo de viaje



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 66,52% planean sus viajes con una semana de anticipación, un 31,30% con un mes de anticipación, y un 2,17% con dos meses. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo realizan sus viajes con una semana de anticipación.

17. ¿Con quién realiza viajes?

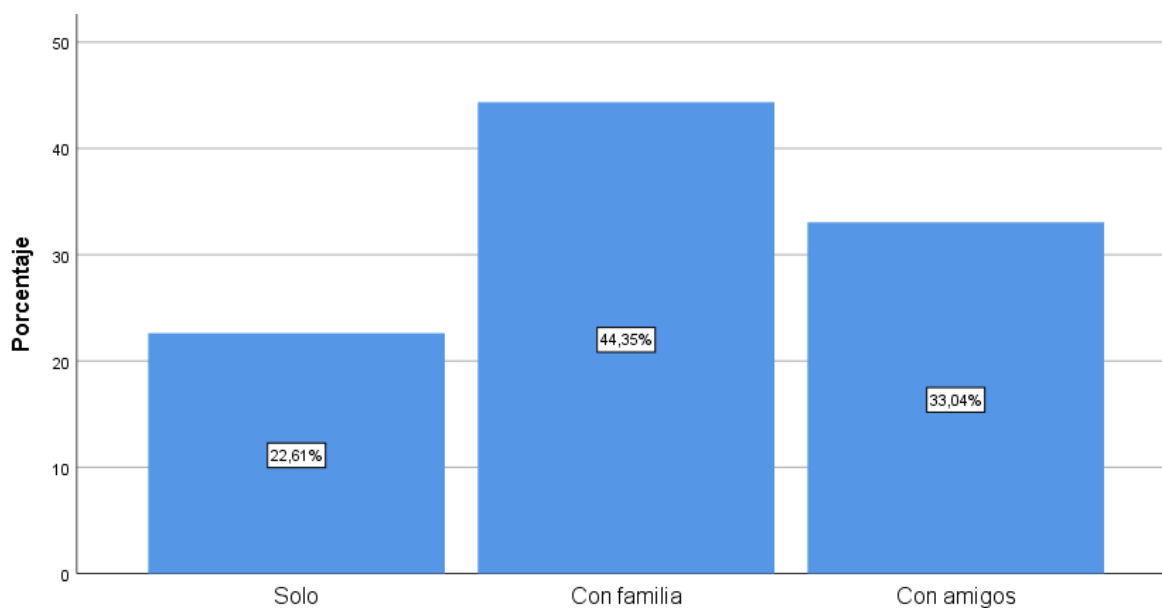
Tabla 53. Con quien realiza viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	52	22,6	22,6	22,6
	Con familia	102	44,3	44,3	67,0
	Con amigos	76	33,0	33,0	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Figura 40. Con quien realiza viajes



Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Sánchez, K.2022

Los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas hacia los turistas que visitan cantón Pelileo demuestran que un 44,35% planean sus viajes con familia, un 33,04% con amigos, y un 22,61% solos. Esto concluye que las personas que visitan el cantón Pelileo realizan sus viajes acompañados de la familia.