



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

Título:

Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural
comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba.

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en
Turismo**

Autor:

Carvajal Aldaz Micaela Monserrath

Tutor:

PhD. Magda Francisca Cejas Martínez.

Riobamba, Ecuador.

2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Micaela Monserrath Carvajal Aldaz, con cédula de ciudadanía 1850658657, autora del trabajo de investigación titulado: "Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba", certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi 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, 23 de enero de 2024.




Micaela Monserrath Carvajal Aldaz

C.I: 1850658657

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe Magda Francisca Cejas Martínez catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: "Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba", bajo la autoría de Micaela Monserrath Carvajal Aldaz; 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 23 días del mes de enero de 2024.



Magda Francisca Cejas Martínez

C.I: 1757404502

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba", presentado por Micaela Monserrath Carvajal Aldaz, con cédula de identidad número 1850658657, bajo la tutoría de Dra. Magda Francisca Cejas Martínez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 23 de enero de 2024.

Daniel Marcelo Guerrero Vaca, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Paula Elizabeth Moreno Aguirre, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Silvia Marieta Aldaz Hernández, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, CARVAJAL ALDAZ MICAELA MONSERRATH con CC: 1850658657, estudiante de la Carrera TURISMO, Facultad de CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "MERCADO TURÍSTICO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CONTEXTO RURAL COMUNITARIO, PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA", cumple con el 3 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio URKUND , porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 19 de Noviembre de 2023



Escaneado electrónicamente por:
MAGDA FRANCISCA
CEJAS MARTINEZ

PhD. Magda F Cejas M.
TUTORA

DEDICATORIA

Llena de regocijo, amor y esperanza dedico mi proyecto de investigación científica principalmente a Dios y a mis padres mis pilares fundamentales por su apoyo incondicional, sacrificio, amor y consejos, que me dieron la fortaleza necesaria para superarme día a día y así con su bendición lograr concluir con mi hermosa carrera.

También dedico todo este esfuerzo a mi hermana y mis hermosos sobrinos que en los momentos de agobio me regalaron su sonrisa, desvaneciendo con ello todo tipo de dificultad.

A mi pareja sentimental quien me apoyo, alentó y deposito su confianza en mi para lograr todo lo que me proponga.

- Micaela Monserrath Carvajal Aldaz

AGRADECIMIENTO

Gracias a la Universidad Nacional de Chimborazo por haberme permitido ser parte de ella, formarme dentro de la familia de Turismo, y por la misma manera agradezco a los queridos docentes que me brindaron sus conocimientos, realizando un pequeño aporte, que el día de hoy se ve reflejado en la culminación de mi paso por la universidad.

Agradezco también a mi querida tutora Mgs. Magda Francisca Cejas Martínez, por haberme brindado sus conocimientos, consejos y paciencia incondicionalmente durante el desarrollo de mi trabajo, finalmente, agradezco a la parroquia de San Juan por abrirme las puertas para poder compartir y realizar mi tesis en dicho lugar.

No dejo de lado a las personas con las que conviví durante todo este proceso tan maravilloso, mis amigos, las personas que conocí en clases donde sin esperar nada a cambio compartieron alegrías, tristezas, aprendiendo y creando juntos muchos buenos momentos que los guardare en el corazón.

Muchas gracias de corazón

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO.....	
ÍNDICE GENERAL.....	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS.....	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
RESUMEN.....	
ABSTRACT.....	
CAPÍTULO I.....	18
1. Introducción	18
1.1. Problema	19
1.2. Justificación.....	20
1.2.1. Justificación Teórica	21
1.2.2. Justificación Práctica.....	21
1.2.3. Justificación metodológica.....	21
1.3. Objetivos	22
1.3.1. Objetivo General	22
1.3.2. Objetivos Específicos	22
1.4. Hipótesis.....	22
1.4.1. Hipótesis.....	22
1.5. Variables	22
1.5.1. Variable Independiente: Mercado Turístico.....	22
1.5.2. Variable Dependiente: Actividades Turísticas	22
CAPÍTULO II.....	23
2. Marco Teórico.....	23
2.1. Antecedentes	23
2.2. Parroquia San Juan.....	23
2.2.1. Reseña Histórica.....	23
2.2.2. Clima.....	24

2.2.3.	Barrios y Comunidades	25
2.2.4.	Actividades productivas y comerciales	26
2.2.5.	Atractivos turísticos en la parroquia.....	27
2.2.6.	Cultura.....	35
2.3.	El Turismo.....	36
2.3.1.	Calidad de Turismo	36
2.3.2.	Tipos de Turismo	36
2.4.	Marco Filosófico o Epistemológico de la investigación	37
2.4.1.	Epistemología de Mercado Turístico	37
2.4.2.	Epistemología de Actividades Turísticas	40
CAPÍTULO III.....		41
3.	Metodología	41
3.1.	Diseño de la Investigación	41
3.1.1.	Enfoque de la Investigación	41
3.1.2.	Tipo de Investigación	42
3.1.3.	Enfoque Metodológico.....	42
3.2.	Población y Muestra.....	43
3.2.1.	Población.....	43
3.2.2.	Muestra.....	43
3.3.	Recopilación de Datos.....	44
3.3.1.	Encuesta	44
3.3.1.	Entrevista.....	44
3.4.	Procesamiento de la Información	44
3.4.1.	Validación de Instrumentos.....	45
3.4.2.	Confiabilidad de Instrumentos	45
CAPÍTULO IV.....		47
4.	Resultados y Discusión	47
4.1.	Análisis e interpretación de la encuesta a los gestores turísticos comunitarios.....	47
4.2.	Análisis e interpretación de la encuesta a los turistas	53
4.3.	Discusión.....	59
4.3.1.	Comprobación de Hipótesis	60
CAPÍTULO V		63
5.	Conclusiones y recomendaciones.....	63
5.1.	Conclusiones	63
5.2.	Recomendaciones.....	64

CAPÍTULO VI.....	65
6. Propuesta.....	65
PARTE I: RESPECTO A LA PROPUESTA.....	67
PARTE II: RESPECTO AL OBJETO DE ESTUDIO-PARROQUIA SAN JUAN	68
PARTE III: INSTRUCTIVO PARA EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	78
7. ANEXOS.....	85
7.1. Anexo 1: Árbol de Problemas	85
7.2. Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables.....	86
7.3. Anexo 3: Guía de Entrevista	87
7.4. Anexo 4: Oficio al presidente del GAD Parroquial de San Juan	90
7.5. Anexo 5: Encuesta gestores turísticos.....	91
7.6. Anexo 6: Encuesta a turistas visitantes	94
7.7. Anexo 7: Acta de la Validación de Expertos	98
7.8. Anexo 8: Resultados de las encuestas aplicadas a los gestores turísticos comunitarios	101
7.9. Anexo 9: Resultados de la encuesta a los turistas	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Información General	24
Tabla 2: Barrios y Comunidades de la Parroquia San Juan.....	25
Tabla 3: Emprendimientos y actividades	27
Tabla 4. Validación de Expertos.....	45
Tabla 5. Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach.....	45
Tabla 6: Análisis e interpretación de encuestas a los gestores turísticos.....	47
Tabla 7: Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	53
Tabla 8. Criterios de Coeficiente de correlación de Pearson.....	61
Tabla 9: Correlaciones y significancia	61
Tabla 10: Actividades turísticas de la parroquia San Juan	70
Tabla 11: Diagnostico Alcanzado del Estudio.....	71
Tabla 12: Criterios e indicadores de evaluación	73
Tabla 13: Ficha de evaluación.....	75
Tabla 14: Género, encuesta gestores turísticos.....	101
Tabla 15: Edad, encuesta gestores turísticos	101
Tabla 16: Nivel de instrucción, encuesta gestores turísticos.....	102
Tabla 17: Pregunta 1, satisfacción del turista.....	103
Tabla 18: Pregunta 2, evidencia de alto intercambio de productos.....	103
Tabla 19: Pregunta 3, cadena de valor que permite desglose de actividades.	104
Tabla 20: Pregunta 4, las empresas privadas son factor clave para mercado turístico.....	105
Tabla 21: Pregunta 5, el mercado contribuye al desarrollo económico de la parroquia San Juan.....	106
Tabla 22: Pregunta 6, medios de comunicación para promocionar productos.....	106
Tabla 23: Pregunta 7, promedio de turistas que reciben los centros turísticos.....	107
Tabla 24: Pregunta 8, rango del ingreso al mes	108
Tabla 25: Pregunta 9, productos/servicios turísticos innovadores y precios óptimos.....	108
Tabla 26: Pregunta 10 motivación de los viajeros para conocerlas.	109
Tabla 27: Pregunta 11 Infraestructura turística.	110
Tabla 28: Pregunta 12 oportunidades para diversificar ofertas y servicios turísticos.....	110
Tabla 29: Pregunta 13 Nivel de participación de las comunidades en desarrollo y gestión en actividades turísticas.....	111

Tabla 30: Pregunta 13 los servicios ofertados garantizan una alta calidad.	112
Tabla 31: Pregunta 15 calidad de productos según la normas o estándares de calidad....	112
Tabla 32: Pregunta 16 conoce los atractivos turísticos.	113
Tabla 33: Pregunta 17 conoce la historia/cultura/tradiciones de la parroquia y sus comunidades.	114
Tabla 34: Pregunta 18 posee algún tipo de certificado como guía turística.	114
Tabla 35: Género, encuesta a los turistas	116
Tabla 36: Edad, encuesta turistas visitantes de la parroquia	116
Tabla 37: Nivel de instrucción, encuesta turistas visitantes de la parroquia	117
Tabla 38: Pregunta 1, cada cuanto realiza turismo.....	118
Tabla 39: Pregunta 2, Tipo de turismo.	118
Tabla 40: Pregunta 3, San Juan posee mercado turístico idóneo.	119
Tabla 41: Pregunta 4, conoce los atractivos turísticos de la parroquia San Juan.	120
Tabla 42: Pregunta 5, por que medios de comunicación se enteró de los atractivos turísticos.	120
Tabla 43: Pregunta 6, servicios de hospedaje cumple con lo necesario.	121
Tabla 44: Pregunta 7,El turismo está asociada con el crecimiento de la parroquia	122
Tabla 45: Pregunta 8, realizó turismo comunitario.	122
Tabla 46: Pregunta 9, actividades que más le gusta realizar	123
Tabla 47: Pregunta 10, nivel de satisfacción	124
Tabla 48: Pregunta 11, alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario.	124
Tabla 49: Pregunta 12, actividades turísticas se enfocan en la promoción de la cultura local	125
Tabla 50: Pregunta 13, El turismo comunitario se enfocan en prácticas sostenibles	126
Tabla 51: Pregunta 14, existe alojamiento que garantice las actividades turísticas comunitarias	126
Tabla 52: Pregunta 15, San Juan ofrece amplia gama de actividades	127
Tabla 53: Pregunta 16, como valora el equipamiento e infraestructura	128
Tabla 54: Pregunta 17, como valora el turistico en la parroquia San Juan	128
Tabla 55: Pregunta 18, la parroquia San Juan ofrece servicio de guía y asistencia	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la Parroquia San Juan	24
Figura 2: Iglesia de la Parroquia San Juan	28
Figura 3: Agua de Güitig.....	28
Figura 4: Bosque de Polylepis.....	29
Figura 5: Cuartel de los Incas.....	30
Figura 6: Espejo Rumi	30
Figura 7: Agujas de Wymper.	31
Figura 8: Nevado Chimborazo	31
Figura 9: Poggio Taita Andrés	32
Figura 10: Pusu Rumi.....	32
Figura 11: Shobol Urku.....	33
Figura 12: Templo Machay	33
Figura 13: Chorrera	34
Figura 14: Cascada el túnel	35
Figura 15: Factores de competitividad del turismo.....	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Pregunta 1 encuesta gestores turísticos, Género.	101
Gráfico 2: Pregunta 2 encuesta gestores turísticos, Edad.....	102
Gráfico 3: Nivel de instrucción, encuesta gestores turísticos.....	102
Gráfico 4: Pregunta 1, satisfacción de las demandas	103
Gráfico 5: Pregunta 2, evidencia intercambio de productos y servicios	104
Gráfico 6: Pregunta 3, cadena de valor que permite desglose de actividades.....	105
Gráfico 7: Pregunta 4, las empresas privadas son factor clave para mercado turístico.....	105
Gráfico 8: Pregunta 5, el mercado turístico contribuye el desarrollo económico de la parroquia.	106
Gráfico 9: Pregunta 6, medios de comunicación para promocionar productos.....	106
Gráfico 10: Pregunta 7, promedio de los turistas que reciben los centros turísticos.....	107
Gráfico 11: Pregunta 8, rango de ingreso al mes.	108
Gráfico 12: Pregunta 9, productos/servicios turísticos innovadores y precios óptimo	109
Gráfico 13: Pregunta 10 motivación de los viajeros para conocerlas.	109
Gráfico 14: Pregunta 11 infraestructura turística.	110
Gráfico 15: Pregunta 12 oportunidades para diversificar ofertas y servicios turísticos.	111
Gráfico 16: Pregunta 13 Nivel de participación de las comunidades en desarrollo y gestión en actividades turísticas.	111
Gráfico 17: Pregunta 14 los servicios ofertados garantizan una alta calidad.	112
Gráfico 18: Pregunta 15 calidad de productos según la normas o estándares de calidad.	113
Gráfico 19: Pregunta 16 conoce los atractivos turísticos.	113
Gráfico 20: Pregunta 17 conoce la historia/cultura/tradiciones de la parroquia y sus comunidades.	114
Gráfico 21: Pregunta 18 posee algún tipo de certificado como guía turística.....	115
Gráfico 22: Género, encuesta a los turistas.....	116
Gráfico 23: Edad, encuesta turistas visitantes de la parroquia	117
Gráfico 24: Nivel de instrucción, encuesta turistas visitantes de la parroquia	117
Gráfico 25: Pregunta 1, Cada cuanto realiza turismo.....	118
Gráfico 26: Pregunta 2, Tipo de turismo.	119
Gráfico 27: Pregunta 3, San Juan posee mercado turístico idóneo.	119
Gráfico 28: Pregunta 4, conoce los atractivos turísticos de la parroquia Sa Juan.	120
Gráfico 29: Pregunta 5, por que medios se enteró de los atractivos turísticos.....	121
Gráfico 30: Pregunta 6, servicios de hospedaje cumple con lo necesario.....	121
Gráfico 31: Pregunta 7,El turismo está asociada con el crecimiento de la parroquia	122

Gráfico 32: Pregunta 8, realizó turismo comunitario.....	123
Gráfico 33: Pregunta 9, actividades que más le gusta realizar.....	123
Gráfico 34: Pregunta 10 nivel de satisfacción.....	124
Gráfico 35: Pregunta 11 alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario	125
Gráfico 36: Pregunta 12, actividades turísticas se enfocan en la promoción de la cultura local...	125
Gráfico 37: Pregunta 13, El turismo comunitario se enfocan en prácticas sostenibles.....	126
Gráfico 38: Pregunta 14, existe alojamiento que garantice las actividades turísticas comunitarias	127
Gráfico 39: Pregunta 15, San Juan ofrece amplia gama de actividades.....	127
Gráfico 40: Pregunta 16, como valora el equipamiento e infraestructura.....	128
Gráfico 41: Pregunta 17, como valora el turístico en la parroquia San Juan	128
Gráfico 42: Pregunta 18, la parroquia San Juan ofrece servicio de guía y asistencia	129

RESUMEN

En esta investigación, se propuso analizar el mercado turístico y su impacto en las actividades turísticas del contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba, mediante un enfoque mixto que combina datos cuantitativos y cualitativos. A través de encuestas y entrevistas en investigación de campo, se diagnosticó la situación actual del mercado turístico en la parroquia San Juan. Se identificó un mercado deficiente y bajo, a pesar de la demanda y concurrencia de turistas al atractivo turístico más relevante de la zona, el nevado Chimborazo, considerado el punto más cercano al sol.

Se determinaron los factores estratégicos que fortalecen el mercado turístico y se analizó su incidencia en el desarrollo de las actividades turísticas comunitarias. Los resultados mostraron una correlación de 0.58, indicando una correlación moderada-fuerte, con una significancia de 0.00. Se rechazó la hipótesis nula y se validó la hipótesis alternativa, que afirmaba que el mercado turístico incide en las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba. Al aceptar la hipótesis alternativa, se reconoce que mejorar el mercado turístico también puede impulsar el desarrollo de las actividades turísticas comunitarias en la parroquia de San Juan. Se propone considerar factores estratégicos como el marco regulatorio, políticas y regulaciones, seguridad, sostenibilidad, infraestructura turística y calidad de los recursos humanos, naturales y culturales para posicionarse en el mercado turístico y mejorar la competitividad en precios y servicios.

De igual manera, se ha propuesto un instructivo que facilite la evaluación de los productos turísticos comunitarios, con un enfoque específico en los mercados objetivo. Este instructivo se diseñará con el objetivo de proporcionar información crucial que permita la formulación de estrategias turísticas adecuadas, contribuyendo así al beneficio tanto social como económico de la comunidad de la parroquia de San Juan.

Palabras claves: Turismo comunitario, Mercado turístico, Actividades turísticas comunitarias, San Juan.

ABSTRACT

This research, it was proposed to analyze the tourist market and its impact on community rural tourism activities in the San Juan parish, Riobamba, using a mixed-methods approach combining quantitative and qualitative data. Through surveys and field research interviews, the current situation of the tourist market in San Juan parish was diagnosed. A deficient and low market was identified despite the demand and influx of tourists to the most relevant tourist attraction in the area, the Chimborazo snow-capped mountain, considered the point closest to the sun. Strategic factors that strengthen the tourist market were determined and their impact on the development of community tourism activities was analyzed. The results showed a correlation of 0.58, indicating a moderate-strong correlation with a significance of 0.00. The null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis, which stated that the tourist market affects community rural tourism activities in San Juan parish, Riobamba canton, was validated. By accepting the alternative hypothesis, it is recognized that improving the tourist market can also boost the development of community tourism activities in San Juan parish. Strategic factors such as regulatory framework, policies and regulations, security, sustainability, tourism infrastructure, and quality of human, natural, and cultural resources are proposed to be considered to position themselves in the tourist market and improve competitiveness in prices and services. Likewise, a guide has been proposed to facilitate the evaluation of community tourism products, with a specific focus on target markets. This guide will be designed with the aim of providing crucial information that allows the formulation of appropriate tourism strategies, thus contributing to the social and economic benefit of the San Juan parish community.

Keywords: Community Tourism, Tourist Market, Community Tourism Activities, San Juan.



Reviewed by:

Msc. Jhon Inca Guerrero.

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604136572

CAPÍTULO I.

1. Introducción

En Ecuador, el turismo se ha transformado en una actividad económica vital, impulsando un cambio significativo en los patrones de consumo en este sentido, los visitantes interesados en el ámbito del sector turístico buscan experiencias únicas e innovadoras, más allá de las tradicionalmente ofrecidas.

Socateli (2013) considera que mercado turístico de como espacio, donde confluye la interacción entre la oferta y demanda, es decir la venta de productores, servicios y bienes de las empresas turísticas y la compra de los mismos, por parte de los visitantes o turistas, buscando satisfacer las expectativas y deseos. Este intercambio eficiente se logra mediante una comprensión profunda de las motivaciones de los visitantes por ello la promoción y planificación de destinos turísticos puede potenciar aquellos atractivos que permitan dar paso a las motivaciones de los turistas o dirigirse a mercados alternativos donde la oferta armonice con las expectativas de los visitantes. El turismo, aunque puede considerarse como un bien o servicio más en el mercado, presenta una serie de componentes únicos y relaciones con otros sectores económicos. Intervienen diversos actores, lo que hace que la actividad turística sea un motor de conexión entre sectores y disciplinas.

El turismo comunitario se ha convertido en una herramienta vital para las comunidades rurales, permitiéndoles contrarrestar las desigualdades sociales y económicas. Este modelo busca aprovechar y fortalecer los recursos culturales, naturales y locales, satisfaciendo las demandas de los turistas mientras se protegen los recursos disponibles. Cejas, M (2020). En el mundo globalizado de hoy, el turismo se ha convertido en una de las industrias más lucrativas, con millones de personas viajando anualmente para experimentar nuevas culturas, paisajes y modos de vida. Sin embargo, esta afluencia de turistas puede tener efectos dañinos si no se maneja adecuadamente, y el desarrollo sostenible busca mitigar estos impactos, alentando un enfoque de turismo que beneficie a los turistas visitantes como también a las comunidades locales.

Esta nueva modalidad turística agrupa tres elementos fundamentales: el aprovechamiento del entorno natural y cultural, convirtiéndose en prioridad la sostenibilidad del medio ambiente y ámbito social, y finalmente, el llamado negocio turístico, que, es desarrollado por la comunidad misma donde juega un papel fundamental en esta actividad, siendo pieza clave para la revitalización socioeconómica actual de muchas regiones; ((Mullo Romero, Vera Pena , & Guillen Herrera , 2019)

Este proyecto se enfoca en el análisis de las actividades turísticas y el mercado turístico en la Parroquia San Juan, con el propósito de identificar oportunidades y proponer estrategias que impulsen un turismo rural comunitario para el desarrollo sostenible. Se priorizará resaltar y valorar los aspectos culturales, históricos y naturales de la zona, promoviendo una interacción respetuosa y beneficiosa entre los turistas y la comunidad local. El objetivo central de esta investigación es analizar el mercado turístico y las actividades en la parroquia San Juan, a la vez que se contribuye al diseño de un instructivo para evaluar productos turísticos comunitarios dirigidos a mercados específicos. Esto busca

mostrar el impacto positivo del turismo rural en la diversificación productiva y el mercado turístico local, con la participación de la comunidad para revalorizar el patrimonio cultural, arquitectónico y ambiental. Este enfoque tiene como finalidad transformar la parroquia en un destino complementario en el mercado turístico actual y aspira a convertirse en un atractivo turístico central en la región. El propósito es evitar la fragmentación de las actividades turísticas y lograr un desarrollo planificado y gestionado que satisfaga los intereses generales de los residentes y la parroquia en su conjunto.

La estructura del proyecto de investigación comprende varios capítulos: El Capítulo I establece la introducción, el planteamiento y la formulación del problema en relación al mercado turístico y actividades en la parroquia San Juan, junto con los objetivos y las hipótesis. El Capítulo II aborda el marco teórico con antecedentes de investigación y de la parroquia, marco filosófico o epistemológico, estado del arte y bases teóricas. En el Capítulo III se explica la metodología con tipos y diseños de investigación, unidad de análisis, población, matrices de operacionalización, técnicas, instrumentos y validación. El Capítulo IV realiza el análisis de datos con prueba de hipótesis y análisis estadístico. El Capítulo V proporciona conclusiones y recomendaciones, mientras que el Capítulo VI presenta la propuesta "Instructivo para evaluación de productos turísticos comunitarios", culminando el proyecto.

1.1. Problema

De acuerdo con el estudio llevado a cabo por Ocaña (2014, pág. 16), aproximadamente el 64% de los residentes en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba no están al tanto de las gestiones realizadas en beneficio de su comunidad. Como consecuencia, los atractivos turísticos de la parroquia no se aprovechan adecuadamente. Además, menciona una falta de diversificación en la oferta turística y la ausencia de actividades atractivas o novedosas para los visitantes. Estas circunstancias limitan el potencial del turismo en la zona y requieren una atención más enfocada para fomentar un desarrollo turístico más sólido y beneficioso para la comunidad.

Según Miño y Cajas (2020, págs. 147–156), para que se desarrolle la función turística, es esencial que las áreas sean atractivas y valiosas para los visitantes, lo que se determina mediante la evaluación de sus encantos, la calidad de su entorno natural y cultural, la disponibilidad de recursos naturales y la accesibilidad del transporte. Además, mencionan que el turismo prospera cuando cuenta con atractivos adecuados que se fundamentan en los valores y la infraestructura disponibles para su aprovechamiento. Estos atractivos se derivan de las cualidades naturales y culturales de un área o ciudad, capturando el interés y atrayendo a los turistas.

Además, la reciente pandemia de COVID-19 ha afectado negativamente el flujo turístico, exacerbando la fragilidad del mercado turístico local y reduciendo la participación comunitaria en su promoción. Esto ha llevado a una subutilización de los valiosos recursos naturales y culturales en la zona, resultando en una disminución en su atractivo y una devaluación gradual.

El comportamiento de los turistas también se ve influenciado por varios factores, como sus preferencias de destino, motivaciones para viajar, métodos de organización y búsqueda de información. Por lo tanto, una planificación turística sólida es esencial para atraer a aquellos turistas que investigan antes de viajar. Para lograr esto, es necesario comprender la situación actual de la zona y sus atractivos, conservar el patrimonio cultural y empoderar las tradiciones locales. Un desafío adicional es la falta de conciencia sobre la cultura local, lo que puede llevar a la adopción de nuevas costumbres que no guardan relación con el entorno. Este problema no solo afecta a San Juan, sino que también es relevante a nivel provincial y nacional.

Formulación del problema

¿Cómo incide el mercado turístico en el desarrollo de las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba?

1.2. Justificación

La parroquia de San Juan cuenta con un notable conjunto de 13 atractivos turísticos, siendo una de las parroquias con mayor cantidad de atractivos en el cantón Riobamba. Entre estos destinos se destaca el nevado Chimborazo, reconocido por fuentes científicas (López, 2022) como el punto más distante desde el centro de la Tierra y, por consiguiente, el punto más cercano al sol. Todo esto resulta en una afluencia significativa de turistas tanto nacionales como internacionales que se dirigen hacia la reserva de producción de fauna Chimborazo para disfrutar de actividades como la escalada a los refugios y la exploración de los lugares aledaños.

Según Ruiz Ballesteros y Carrión (2007), el turismo comunitario representa una estrategia de desarrollo que abarca los ámbitos cultural, social y económico en las zonas rurales. Esta estrategia implica una serie de prácticas tradicionales que involucran a los habitantes y sus tradiciones. En el caso de la parroquia de San Juan, no solo se limita a preservar su identidad cultural a través de tradiciones y expresiones heredadas de sus antepasados, sino que también abarca rituales, festividades, conocimientos ancestrales, prácticas agrícolas relacionadas con la naturaleza, técnicas vinculadas a la artesanía tradicional, así como cuentos y leyendas transmitidos de generación en generación.

La innovación en las actividades turísticas representa una oportunidad crucial para el desarrollo y beneficio de la parroquia rural San Juan. Al ser la innovación un factor primordial en el éxito empresarial que posibilita un crecimiento futuro. En conjunto con el enfoque en el desarrollo local y el turismo comunitario, se logrará una mejora significativa sin afectar los recursos naturales y culturales que posee la parroquia. Esto fortalecerá la organización, capacitación, empleo e identidad de sus habitantes (Ferreira Lopes, Rial Boubeta, & Jesús, 2010).

Esta investigación busca comprender cómo incide el mercado local en el diseño y desarrollo de actividades turísticas en las comunidades rurales de la parroquia San Juan. El objetivo es tomar decisiones informadas y generar estrategias promocionales que destaquen los atractivos naturales, culturales y comerciales para los posibles turistas. La mejora en la gestión del turismo generará beneficios económicos para los habitantes locales y fortalecerá

el turismo comunitario. Se aspira a ofrecer actividades recreativas, servicios y productos innovadores que creen una experiencia única e inolvidable, fomentando una mayor permanencia de los visitantes en la comunidad.

Los principales beneficiarios con el trabajo de investigación es la parroquia San Juan y el cantón Riobamba convirtiéndose en fuente principal para el progreso óptimo del turismo junto con el incremento de ingresos para el sector turístico. Además, la Universidad Nacional de Chimborazo se beneficiará al obtener un banco de información con variables y soluciones propuestas para los problemas identificados. En última instancia, esta investigación contribuirá a la aprobación del trabajo de titulación y al desarrollo sostenible de la comunidad.

Esta justificación resalta la importancia de evaluar las dimensiones clave y los indicadores asociados con los servicios turísticos en el contexto rural comunitario al momento de evaluar las actividades turísticas para los visitantes.

1.2.1. Justificación Teórica

El propósito fundamental de este proyecto de investigación es contribuir al conocimiento existente en el ámbito del mercado turístico y las actividades turísticas. Los resultados obtenidos proporcionarán una base sólida para la generación de nuevas ideas y recomendaciones que puedan guiar investigaciones futuras relacionadas con esta temática. La importancia de esta justificación radica en la necesidad continua de avanzar en la comprensión de cómo funciona el mercado turístico y cómo se pueden mejorar las actividades turísticas en entornos rurales comunitarios.

1.2.2. Justificación Práctica

Esta investigación tiene un enfoque práctico que busca abordar la necesidad de proponer actividades turísticas y diseñar un instructivo para la evaluación de productos turísticos comunitarios, con el objetivo de impulsar el desarrollo del mercado turístico en la parroquia. Los resultados de este estudio no solo beneficiarán a los proveedores de servicios turísticos al proporcionarles información valiosa para la toma de decisiones en sus empresas, sino que también respaldarán a la población local al crear empleos y mejorar la calidad de vida en la comunidad. Esta justificación resalta la importancia de aplicar los hallazgos de la investigación en la práctica para lograr un impacto real y positivo en la comunidad y en la industria turística.

1.2.3. Justificación metodológica

Para llevar a cabo esta investigación, se emplearon diversos tipos y métodos de investigación que describen la relación entre dos variables fundamentales: el mercado turístico y las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba. Se utilizaron técnicas e instrumentos específicos para recopilar la información necesaria. Esta metodología se basa en cuestionarios diseñados para obtener datos relevantes sobre las variables en estudio. Los resultados obtenidos se respaldan en técnicas y métodos sólidos, lo que garantiza la validez y la confiabilidad de los hallazgos. Además, esta metodología puede servir como referencia para futuras investigaciones similares. Los resultados de este estudio tendrán un impacto significativo en el desarrollo

del destino turístico y en la experiencia de los turistas, promoviendo la mejora y la innovación en las actividades turísticas y atrayendo la atención de los visitantes hacia la parroquia San Juan.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar el mercado turístico y su incidencia en las actividades turísticas del contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el mercado turístico rural comunitario en la parroquia San Juan, cantón Riobamba.
- Determinar el impacto del mercado turístico en el desarrollo de las actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba.
- Proponer un instructivo para la evaluación de los productos turísticos comunitarios enfocados a mercados específicos.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis

H₁: El mercado turístico incide en las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba.

H₀: El mercado turístico no incide con las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba.

1.5. Variables

1.5.1. Variable Independiente: Mercado Turístico

El mercado turístico se refiere al conjunto de compradores, tanto actuales como potenciales, de un producto o servicio turístico en particular (Monteferrer Tirado, 2013, pág. 51). En este contexto, también incluye a los proveedores o vendedores que ofrecen productos turísticos para satisfacer las necesidades y demandas de los compradores o turistas. Este mercado es dinámico y cambia constantemente, requiriendo que las empresas turísticas se adapten a las demandas cambiantes de los compradores para mantener su competitividad (Kotler, 1998).

1.5.2. Variable Dependiente: Actividades Turísticas

Las actividades turísticas comprenden la movilidad de las personas hacia destinos turísticos, donde pueden participar en experiencias turísticas específicas. Esto implica que los turistas adquieran productos y servicios destinados a su entretenimiento y satisfacción mientras están de viaje (Boullon, 2006, pág. 31). La actividad turística se materializa cuando los turistas realizan acciones como la estancia en un lugar, su movilidad dentro de la región y el gasto que efectúan en la compra de productos y servicios relacionados con el turismo (García, 2012, pág. 31).

CAPÍTULO II.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes

Para Cortez (2019) en el trabajo de investigación titulado “Mercado turístico y comportamiento del consumidor en las actividades de ocio y recreación de la ciudad de Riobamba, Provincia Chimborazo”, estudio avalado por la Universidad Nacional de Chimborazo, con el objetivo de establecer la relación entre el mercado turístico y el comportamiento del consumidor en las actividades de ocio y recreación de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, la importancia del estudio según la autora es evidenciar que el mercado turístico influye positivamente en el comportamiento del consumidor, siendo fundamentado en la verificación de la hipótesis general, estableciendo que la oferta turística incidiendo positivamente en el proceder del consumidor.

Para Guamán (2022) en el trabajo de investigación titulado “Gestión Turística Y Desarrollo En Las Comunidades Indígenas En Parroquia San Juan, Cantón Riobamba”, estudio avalado por la Universidad Nacional de Chimborazo, con el objetivo de determinar la relación de la gestión turística y el desarrollo en las comunidades turísticas indígenas en la parroquia San Juan, provincia Chimborazo, la importancia del estudio según el autor es que existe relación entre la planeación y el desarrollo en las comunidades turísticas de la Parroquia San Juan, provincia Chimborazo, donde los encargados públicos del desarrollo turístico han de priorizar la Planeación en la gestión turística orientada al desarrollo comunitario.

2.2. Parroquia San Juan

2.2.1. *Reseña Histórica*

Según el Gad Parroquial San Juan (2019) en el siglo XVII, el cacique Blas Aguas Pagar Saca fundó pequeñas poblaciones tras expulsar a los españoles de la zona, marcando el inicio de la identidad local en la parroquia con raíces en los descendientes puruháes, el primer asentamiento en Pisicaz, Capilla Ayushca, congregó a grupos étnicos como Shoboles, Ballaganes y otros, cuyas culturas entrelazaban. En 1870, habitantes locales promovieron la parroquialización, logrando su establecimiento en 1878 como Parroquia Civil San Juan, atrayendo nuevas familias y convirtiéndose en la más importante de Chimborazo. Honrando su pasado y abrazando el desarrollo comunitario, esta tierra sigue siendo un símbolo de unidad, progreso y orgullo para la provincia (GoRaymi International TouristicPlatform, 2022). La parroquia de San Juan se encuentra a 16 kilómetros de la ciudad de Riobamba, y es un lugar privilegiado que sirve como puerta de entrada al majestuoso nevado Chimborazo, considerado el punto más cercano al sol. Está ubicación estratégica, no solo atrae a los amantes de la montaña, sino que también impulsa el desarrollo y la promoción del turismo responsable en la zona (GAD Parroquial San Juan, 2019).

En la Figura 1 se refleja la ubicación geográfica de la Parroquia San Juan con el límite actual de la parroquia. La información general de la parroquia San Juan se representan en la Tabla 1, donde se describe algunas características y especificaciones relevantes.

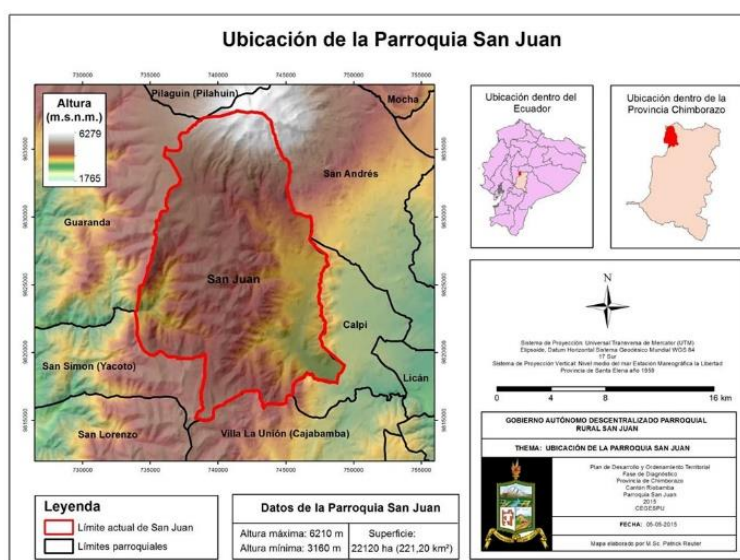
Tabla 1: Información General

CARACTERÍSTICA	ESPECIFICACIÓN
Cantón	Riobamba
Provincia	Chimborazo
Superficie	22120 ha. - 221,20 km cuadrados
Altitud	3160 msnm - 6210 msnm
Población	8621 habitantes
Temperatura	12 - 16 °C

Fuente: GADM Parroquial San Juan (2023)

Elaborado por: Micaela Carvajal

Figura 1: Ubicación de la Parroquia San Juan



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2023)

2.2.2. Clima

San Juan es una parroquia que destaca por su diversidad climática, no solo define la vida local y las oportunidades económicas, sino que también embellece y enriquece la experiencia de los turistas. Cada área climática ofrece su propio encanto y posibilidades, convirtiendo a esta parroquia en un lugar excepcionalmente atractivo para quienes buscan descubrir y disfrutar de una amplia gama de entornos y experiencias. (GAD Parroquial San Juan, 2019).

- **Frío de Alta Montaña:** La parroquia de San Juan, ubicado al sureste, está caracterizado principalmente por la altitud. Las abundantes precipitaciones en esta región resultan en una variada vegetación, que varía según la latitud de las montañas. Este tipo de clima se asocia con temperaturas frías debido a la elevada altitud de la zona.
- **Frío Seco de Alta Montaña:** Se presenta en la zona norte de la parroquia. En este caso, la evaporación supera a la precipitación, lo que significa que las lluvias no son

suficientes para mantener corrientes de agua permanentes. El clima seco y frío caracteriza esta parte del territorio.

- **Frío Semi Húmedo de Alta Montaña:** Es el tipo de clima predominante en la mayor parte del territorio de San Juan. Se destaca por una variación climática significativa en función de la altitud. En estas áreas, se pueden experimentar diferentes condiciones climáticas a medida que se asciende o desciende en altitud.

2.2.3. Barrios y Comunidades

La parroquia San Juan se compone de 6 barrios y 26 comunidades, como se detalla en el plan de ordenamiento territorial del gobierno autónomo descentralizado rural de la parroquia (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Barrios y Comunidades de la Parroquia San Juan.

ZONA	BARRIO/COMUNIDAD
ZONA BAJA:	Barrio San Vicente
	Barrio San Francisco
	Barrio Central
	Barrio Santa Marianita
	Barrio Rumipamba
	Barrio Cantarilla
	Comunidad Capilla Loma
	Comunidad Ballagán
	Comunidad Larca Loma
	Comunidad Pisicaz Bajo
Comunidad Pisicaz Alto	
ZONA MEDIA:	Comunidad Chauipi Pomaló
	Comunidad Calera Grande Pomaló
	Comunidad Calera Yumi
	Comunidad Calerita Baja
	Comunidad Calerita Santa Rosa
	Comunidad Calera Shobol Pamba
	Comunidad Shobol Llinllin
Comunidad Guabug	
ZONA ALTA:	Comunidad La Delicia
	Comunidad Tambohuasha
	Comunidad Cooperativa Santa Teresita
	Comunidad Santa Isabel
	Comunidad Guadalupe
	Comunidad Chimborazo
	Comunidad Chinigua
	Comunidad San Pablo Pulingui
Comunidad Chorrera Mirador	
ZONA 1:	Comunidad Ganquis
	Comunidad Pasguazo
	Comunidad Gallo Rumi
	Comunidad Pungul

Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.4. Actividades productivas y comerciales

Dentro de la parroquia de San Juan, existen diversas actividades económicas que abarcan desde la producción de leche, ganadería, minería agricultura, comercio, entre otros, de las cuales de detallan las más principales.

2.2.4.1. Minería (Cemento Chimborazo)

La parroquia San Juan destaca como una zona rica en recursos minerales. De acuerdo con el catastro minero del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Juan (GADP San Juan, 2019), se han identificado 18 sitios propicios para actividades extractivas en la zona, lo cual ha sido una parte esencial de la economía local y ha brindado sustento a sus habitantes a lo largo de la historia.

Entre los recursos más destacados extraídos de estas minas se encuentra el material calizo, cuya relevancia radica en su amplio uso en la industria de la construcción, especialmente en la producción de cemento. Es importante mencionar que, en la zona, la Unión Cementera Nacional, ubicada en la parroquia vecina de Calpi, es la empresa que produce cemento y otros productos con el material proveniente de las minas de San Juan. La actividad minera ha sido relevante para la economía de la parroquia ya que ha sido generador de fuentes de empleo de los habitantes cercanos a las zonas mineras.

2.2.4.2. Leche

La ganadería desempeña un papel fundamental en la economía de la parroquia, constituyendo una de las principales fuentes de ingresos para su población. La mayoría de los productores se dedica a la producción de leche y complementan sus actividades con la agricultura, cultivando el pasto que sirve como alimento principal para el ganado.

Se estima que se produce alrededor de 4536 litros de leche diariamente, provenientes de diversas comunidades y barrios, los cuales son transportados a microempresas pasteurizadoras en la propia parroquia y a industrias fuera de la zona, como las de la ciudad de Riobamba, a través de intermediarios. De la producción total de leche en la parroquia, el 51% se destina al comercio, el 38% a industrias externas, el 6% al autoconsumo y apenas el 5% se emplea en las industrias locales de la parroquia (Malca, 2017).

2.2.4.3. Emprendimientos locales

Otras actividades económicas y productivas que destacan en la parroquia son la agricultura, ya que las familias siembran cultivos como papas, habas, mellocos los mismos que son para el auto consumo o venta que lo comercializan la ciudad de Riobamba.

Del mismo modo existen otros emprendimientos que generan ingresos a los habitantes de la parroquia de San Juan, estos emprendimientos se encuentran disponibles en varios puntos de venta de la parroquia, incluida la Feria de San Juan, que se celebra los domingos y constituye el epicentro de la actividad de comercialización en la zona. En la Tabla 4 se detalla estas iniciativas, que contribuyen significativamente a la riqueza del entorno local.

Tabla 3: Emprendimientos y actividades

EMPRENDIMIENTO	ACTIVIDADES /PRODUCTOS
TANDALLA WARMIS	Ofrece varios productos yogurt, helado, mermelada de Mashua
QUESERÍA “NEVADITO”.	Ofrece queso, manjar, yogurt, mermeladas
ORGANIZACIÓN DE MUJERES “PACHA MAMA”.	Ofrece baetas, ponchos, chalinas, fajas, shigras (hechos en lana de borrego).
WARMI WASI.	Ofrece gorras, bufandas, guantes, ponchos, pasa montañas y suéteres (hechos en lana de alpaca).
DECOM	Ofrece diseños de carpetas y trabajos de fomix.
AGRO - ECOLÓGICO Y APÍCOLA “LA LADERA”	Ofrece carelac, jícama, miel de abeja, huevos de gallo, gallina y codorniz.
GUAMÁN WAY.	Ofrece guantes, gorras, bufandas, suéteres, chaleco y medias (hechas en lana de alpaca).
ORGANIZACIÓN DE MUJERES NUEVA ERA CHIMBORAZO.	Ofrece legumbres y cuyes
FAMILIA ERAZO SILVA	Ofrece colada morada preparada con leña, máchica, pinol, harina negra.
BANQUETE DON EVARISTO.	Ofrece colada morada preparada en leña, machica, pinol, harina negra.
ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL HOGAR SAN JUAN BAUTISTA	Ofrece aretes, pulseras, collares.

Fuente: GAD Parroquial de San Juan (2023)

Realizado por: Micaela Carvajal

2.2.4.4. Actividades turísticas

La parroquia San Juan es un destino turístico atractivo gracias a su variada oferta de recursos naturales y culturales. Desde los imponentes paisajes de alta montaña dominados por el nevado Chimborazo, hasta la profundidad de su herencia cultural. Esta región presenta oportunidades inigualables para los visitantes. La hospitalidad cálida de los lugareños y su enfoque en el turismo sostenible añaden un atractivo adicional a esta propuesta turística enriquecedora y fascinante. La riqueza cultural y la hospitalidad de su gente enriquecen la experiencia de quienes visitan esta región, convirtiéndola en un destino único y atractivo para los viajeros que desean explorar la belleza natural y sumergirse en la autenticidad de su entorno.

2.2.5. Atractivos turísticos en la parroquia

En la parroquia de San Juan, varias comunidades adoptan un modelo comunitario para fomentar el turismo, respaldado por instituciones públicas y locales. Esta iniciativa les permite impulsar el desarrollo económico y conservar su patrimonio cultural y natural al involucrarse en la planificación y gestión turística de manera activa y colaborativa (GAD Parroquial San Juan, 2019).

2.2.5.1. Iglesia San Juan Bautista

Figura 2: Iglesia de la Parroquia San Juan



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

La Iglesia en San Juan destaca por su fachada antigua con diversos acabados, otorgándole un estilo inimitable. En su interior alberga la imagen del patrono, San Juan Bautista, que es el foco de devoción. Este espacio católico se convierte en un vital punto de encuentro para la comunidad religiosa, congregando a los fieles en actividades espirituales como oraciones, misas y ceremonias, como bodas y bautizos.

2.2.5.2. Agua de Güitig

Figura 3: Agua de Güitig



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

En este lugar el agua fluye con un sabor particular, por eso ha ganado renombre gracias a su estrecha relación con el guardián de la región, que es el majestuoso Chimborazo. Este manantial es visitado tanto por lugareños como por viajeros, quienes se congregan para llevar a cabo rituales ancestrales y expresar su profundo agradecimiento a la Pacha Mama

por sus dones y bendiciones. Con el paso del tiempo, este lugar ha adquirido una significativa importancia espiritual y cultural para la comunidad local, convirtiéndose en un enclave que facilita una profunda conexión con la naturaleza y las tradiciones ancestrales arraigadas en la región. Los visitantes son atraídos por la oportunidad de experimentar la esencia única de este sitio y unirse a las ceremonias que honran y reverencian a la madre tierra por su generosidad inquebrantable. En esta interacción armoniosa entre el ser humano y la naturaleza, este lugar trasciende lo tangible y se convierte en un espacio donde se forjan lazos de respeto, gratitud y consciencia hacia la tierra que sostiene y nutre, como se puede observar en la Figura 4, donde personas disfrutaban del agua de Güitig con reverencia y gratitud (GAD Parroquial San Juan, 2019).

2.2.5.3. Bosque de Polylepis

Según la página de información turística viajandoX.com (2023), el bosque de Polylepis se encuentra al noroeste de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y cubre una extensión de 4 hectáreas. En su interior, alberga una comunidad de 217 árboles de la especie *Polylepis Reticulata* Hieron, conocida localmente como "yagual". Estos árboles, tienen un significado especial en la cosmovisión andina y establecen un vínculo sagrado con la Pachamama. Algunos de estos árboles centenarios adoptan una forma peculiar debido a su crecimiento en la ladera posterior de un cerro. Este rincón natural se encuentra en una región que se eleva a más de 4.300 metros de altitud sobre el nivel del mar. (Ver Figura 5).

Figura 4: Bosque de Polylepis



Fuente: Viajando X.com (2022)

2.2.5.4. Cuartel de los Inca

Este lugar alberga vestigios bien conservados de esta antigua estructura, principalmente cimientos y fragmentos de materiales, que constituyen pruebas tangibles de la interacción cultural y la significativa importancia estratégica de su ubicación (Ver la Figura 6). En tiempos de conflictos con los Puruháes, los Incas establecieron tambos de descanso en lugares estratégicos, como el Cuartel Huayco, que se encuentra en la actual Reserva de Producción Faunística del Nevado Chimborazo (GAD Parroquial San Juan, 2019).

Figura 5: *Cuartel de los Incas*



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.5. Espejo Rumi

En ese lugar, los viajeros solían divisar una imagen de la Virgen en una roca, y al pasar se encomendaban, dejando ofrendas de velas, flores y obsequios para obtener su protección en el viaje. Los propietarios de los terrenos al ver la afluencia de personas intentaron retirar la piedra, pero sus esfuerzos fueron en vano. Intentaron partir la roca, pero en vez de ello, brotó sangre y apareció la figura de una Virgen. Impresionados acordaron permitir ofrendas, convirtiendo el sitio en un destino visitado por locales y forasteros, un testimonio vivo de fe y devoción (Ver Figura7) (GAD Parroquial San Juan, 2019).

Figura 6: *Espejo Rumi*



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.6. Agujas de Wymper

En el lado occidental de la cima Veintimilla, a 5.300 m.s.n.m., se encuentra una formación rocosa bautizada por Edward Whymper y el guía Jean Antua Crrel, primeros conquistadores del Chimborazo en 1880. Este lugar se considera óptimo para la aclimatación debido a su ubicación (Ver Figura 8).

Figura 7: Agujas de Wymper.



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.7. Nevado Chimborazo

El nevado Chimborazo es el más alto de Ecuador con 6.310 metros de altura sobre el nivel del mar, es un atractivo turístico destacado en la provincia y el país, ya que científicamente se comprobó que es el punto más distante del centro del planeta tierra, por ende, el punto más cercano al sol. (Gad Parroquial San Juan, 2019). Está situado en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, es un sitio ideal para actividades deportivas como escalada, ciclismo y caminatas, permitiendo la observación de la diversa flora y fauna andina (Ver Figura 9).

Figura 8: Nevado Chimborazo



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.8. Poggio Taita Andrés

Antiguamente este sitio fue un centro de sanación, donde las personas se bañaba en este lugar para curar sus enfermedades. Hoy en día se realizan rituales sagrados agradeciendo a la Pacha Mama por sus bondades, así como la entrega del bastón de mando al Taita carnaval y Mama Shalva (Ver Figura 10). Una antigua creencias narras que a la media noche solía aparecer una sirena que cantaba, y aquella persona que lograba mirarla tendría suerte en su vida, añadiendo a este lugar un toque de misterio y magia (GAD Parroquial San Juan, 2019).

Figura 9: *Poggio Taita Andrés*



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.9. Pusu Rumi

Este lugar alberga una leyenda importante para los habitantes de la parroquia, que relatan que cuando San Juan se independizó de Calpi, hubo un conflicto, pero cuando la gente de Calpi vio a San Juan Bautista aparecer sobre una piedra, decidieron regresar. Al día siguiente, se dieron cuenta de que nadie había bajado. Esto se considera una bendición de su patrón. En "Pusu Rumi" (Ver Figura 11) se pueden ver huellas de pies y la forma de la iglesia de la parroquia (GAD Parroquial San Juan, 2019).

Figura 10: *Pusu Rumi*



Fuente: GAD Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.10. Shobol Urku.

Es una montaña que está localizado en la comunidad Calera Shobolpamba, a 3 Km. de la cabecera parroquial (Ver Figura12). Se encuentra a 3.723 metros de altura sobre el nivel del mar. En este cerro se puede ver un cráter cerrado y es lugar de celebración de rituales de sanación. Desde la cima se puede disfrutar de una vista panorámica del centro parroquial de San Juan y de parroquias cercanas, convirtiéndola en un punto de observación y conexión con el entorno, (GAD Parroquial San Juan, 2019).

Figura 11: *Shobol Urku*



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.11. Templo Machay

Según habitantes este sitio está ubicado a 4.668 metros de altura, se puede llegar caminando o en caballo. El lugar inspira un respeto especial, pues así lo demuestran las peticiones que han sido depositadas en la cueva (Ver Figura13).

Figura 12: *Templo Machay*



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.12. Chorrera

Este fascinante lugar se encuentra en las laderas del majestuoso volcán Chimborazo, y su principal atractivo radica en las 100 rutas de escalada que se han establecido en las empinadas paredes de un cañón natural de roca (Ver Figura 14). Situado a una altitud de 4.000 metros sobre el nivel del mar, este lugar ofrece una experiencia única para los amantes de la aventura. Lo impresionante es que estas rutas de escalada son accesibles de forma gratuita y varían en altura y dificultad. Esto significa que tanto escaladores expertos como principiantes y aficionados pueden disfrutar de la emoción de la escalada en este entorno espectacular. Es un verdadero paraíso para aquellos que buscan desafiar sus límites y explorar la belleza natural de la región (GAD Parroquial San Juan, 2019).

Figura 13: *Chorrera*



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019)

2.2.5.13. Cascada el túnel

Esta cascada guarda una historia llena de magia, las personas en tiempos antiguos podían caminar a través del túnel que conecta la quebrada con la cascada, solo las personas valientes podían cruzar este túnel ya que había presencias extrañas en este sitio, por la posibilidad de caminar entre la naturaleza y lo desconocido, envolviendo a la cascada en un aura de enigma y maravilla (Dirección de Gestión de Turismo GAD Riobamba, 2022).

Figura 14: Cascada el túnel



Fuente: GADM Parroquial San Juan (2019).

2.2.6. Cultura.

Como identidad cultural de San Juan se puede destacar algunas festividades que se celebran en varias fechas del año, una de ellas y la más destacada es la fiesta en honor a San Juan Bautista patrono de la parroquia, que se lo lleva a cabo del 04 al 26 de junio con la elección y coronación de las señoritas sumak warmi, sumak, sisa y sumak nina, además los devotos de santo patrono acompañan a su imagen durante el recorrido que se realiza por las principales arterias viales de esta localidad, también se realiza el desfile cívico y de alegría que alegran a los visitantes locales y extranjeros.

En el mismo contexto, también se realiza el pase procesional del Chagra, una celebración tradicional, tiene lugar el 3 de julio en la Parroquia San Juan. Durante este evento, se realiza un desfile por las calles principales. Además, el Rodeo Andino del Chagra incluye un concurso de lazo, donde los chagras demuestran sus habilidades (Dirección de Gestión de Turismo GAD Riobamba, 2022).

Otra de las festividades que se celebra es el Carnaval o Pawkar Raymi es una festividad que rinde homenaje a la Pachamama por las primeras cosechas y granos tiernos. En la parroquia San Juan, el día central del carnaval es el domingo, cuando los distintos barrios y comunidades participan en un desfile luciendo trajes tradicionales. Acompañados por instrumentos como la guitarra, el tambor y el bombo, los participantes entonan alegres coplas en español y kichwa, brindando una experiencia animada y colorida para los turistas (GAD Parroquial San Juan, 2019).

2.3. El Turismo

En las últimas décadas el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a actividades económicas tradicionales. La generación de divisas y el crecimiento económico basado en «nuevos sectores» y uno de los potenciales efectos más importantes del desarrollo del sector turístico en una economía (FIPCAEC, 2021).

El aumento del turismo influye sobre las variables macroeconómicas de las regiones receptoras, afectando positivamente sobre: mano de obra que incluye el empleo: directo, como resultado de los gastos turísticos directos (hospedaje y gastronomía); indirecto, como resultado de los gastos de apoyo al sector turístico (transporte); inducido: como resultado de los gastos de residentes debido a los ingresos del turismo (aumento del consumo personal). Balanza de Pagos: al generar entrada y salida de divisas por medio del gasto turístico. (Gaviria, 1998).

En este sentido, la importancia del turismo depende del nivel económico del país en cuestión. En el caso de los países en vías de desarrollo, están considerando cada vez más a la actividad turística como un motor de su desarrollo, que junto a los atractivos intrínsecos del destino, permite un importante desarrollo sectorial, consolidándose el turismo en muchos países pobres y en vías de desarrollo como la principal fuente de divisas y de creación de empleo (Francisco Orgaz Agüera, 2016).

2.3.1. Calidad de Turismo

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2021) la calidad de un servicio turístico representa el principal factor de competitividad con miras a un modelo de desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Además, la demanda turística se ha vuelto más exigente con relación a la calidad, precio del producto o servicio turístico consumido. ²¹ En este mismo marco el MINTUR, a través de la Dirección de Calidad y en cumplimiento de sus competencias, tiene como objetivo la generación e implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística (SNCT) con la intención de promover una cultura de excelencia, permitiendo a largo plazo que Ecuador se posicione como una verdadera potencia turística a nivel internacional (Ministerio de Turismo, 2015).

2.3.2. Tipos de Turismo

Según la OMT, el turismo es crucial en la economía, se divide en varios tipos con motivaciones y rasgos distintivos. Elegir el tipo adecuado es esencial para satisfacer intereses y necesidades personales.

2.3.2.1. Turismo Comunitario

A través del turismo comunitario no solo se fomenta que más sitios sean visitados y descubiertos por los viajeros, sino que también se contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas que viven en estos destinos turísticos, puesto que los ingresos generados impulsan el desarrollo de las comunidades (María Ramírez, 2022).

Además, con el turismo comunitario se protege el medioambiente y se fomentan las relaciones entre las diferentes culturas; así como la conservación y difusión de las tradiciones, costumbres y cultura de los pueblos (Wiese, 2022).

2.3.2.2. Turismo de Aventura

El turista en contacto con la naturaleza involucra destreza física para realizar actividades que se realizan por lo general al aire libre. Este tipo de turismo es para aquellos que buscan emociones fuertes. Incluye actividades como senderismo, escalada, rafting, parapente, entre otras. Este tipo de turismo a menudo se lleva a cabo en destinos naturales como montañas, ríos y bosques (Cristobál Reali, s.f.).

2.3.2.3. Turismo Cultural

El turismo cultural se enfoca en la exploración de la historia, arte y cultura de un destino. Este tipo de turismo puede incluir visitas a museos, monumentos históricos, festivales culturales y eventos artísticos. Destinos como Europa y Asia son populares para el turismo cultural debido a su rica historia y patrimonio cultural, con el objetivo de descubrir y disfrutar de estos valores y tradiciones. (Gómez, 2023).

2.4. Marco Filosófico o Epistemológico de la investigación

2.4.1. Epistemología de Mercado Turístico

La Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) (2010) enfatiza que el turismo tiene impactos significativos en la economía, el entorno natural, las áreas urbanas, la comunidad local y los propios turistas y define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual. Además, define el sistema turístico como una estructura compuesta por cuatro elementos fundamentales: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado.

En este sentido, Socateli (2013) considera que al mercado turístico como espacio, donde confluye la interacción entre la oferta y demanda, es decir la venta de productos, servicios y bienes de las empresas turísticas y la compra de los mismos, por parte de los visitantes o turistas. Este mercado, incluye elementos, medios, actividades y flujos de interacción que facilitan el intercambio entre los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Por tanto, el mercado turístico engloba todas las empresas que conceptualizan, producen y comercializan productos y servicios relacionados con los viajes, ya sea con fines recreativos, de negocios, educativos u otros, y los consumidores.

En este orden de ideas para Kotler y Armstrong (2013, pág. 40) sostienen que un mercado se compone de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho mediante relaciones de intercambio.

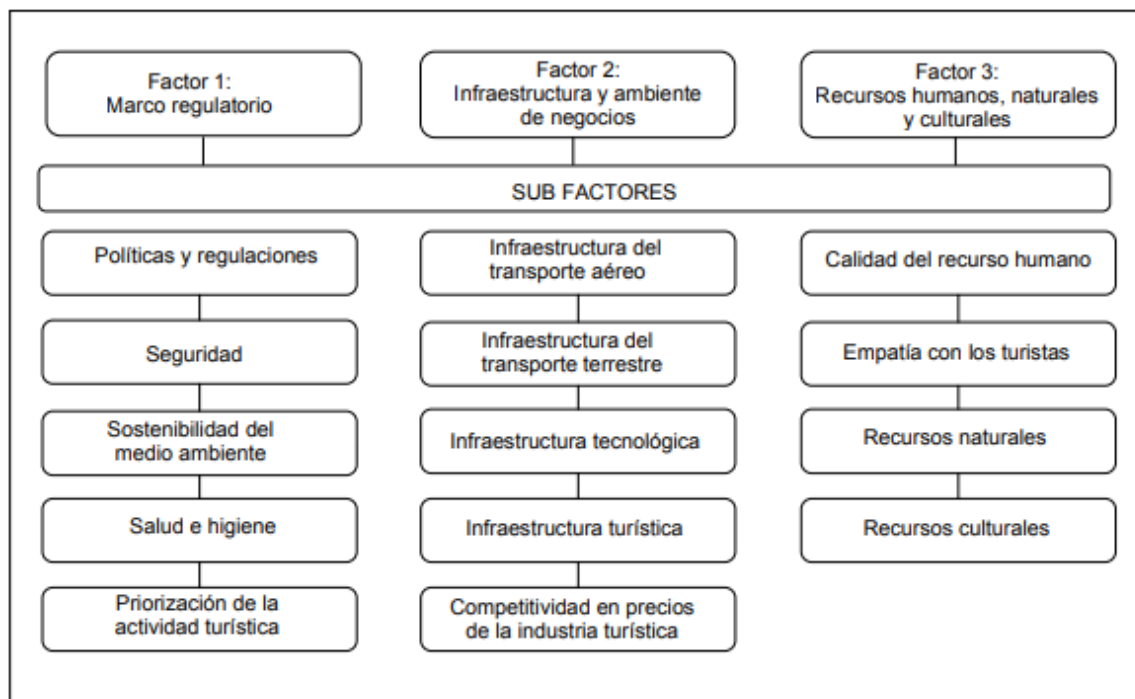
Por otro lado, el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2021) enfatiza que la calidad de un servicio turístico representa el principal factor de competitividad con miras a un modelo de desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Además, la demanda turística

se ha vuelto más exigente con relación a la calidad, precio del producto o servicio turístico consumido.

2.4.1.1. Factores estratégicos que fortalecen el mercado turístico

Existen varios factores o indicadores que deben ser considerados para superar las limitaciones y deficiencias que, en el área de competitividad o mercado turístico, visto desde una perspectiva de los sectores empresariales que los conforman (Gutiérrez & Narváez, 2015):

Figura 15: Factores de competitividad del turismo



Fuente: (Gutiérrez & Narváez, 2015)

Factor 1: Marco regulatorio

El marco regulatorio es un factor crítico para el fortalecimiento del mercado turístico, ya que establece las reglas y directrices que gobiernan la industria. Esto incluye políticas y regulaciones específicas para el turismo, la sostenibilidad ambiental, la seguridad, la salud e higiene, y la priorización de la actividad turística. Las regulaciones turísticas proporcionan una dirección clara a la industria y pueden crear un entorno favorable para su crecimiento. La sostenibilidad ambiental es fundamental para garantizar que el turismo no cause daños significativos al entorno natural. La seguridad y las regulaciones relacionadas con ella son esenciales para atraer turistas y garantizar que se sientan seguros. Los incentivos fiscales y financieros pueden atraer inversiones en turismo. Un marco regulatorio eficaz debe ser dinámico y estar sujeto a revisión constante para adaptarse a las cambiantes tendencias y desafíos en la industria turística.

Factor 2: Infraestructura y ambiente de negocios

La infraestructura desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento del mercado turístico. En primer lugar, la infraestructura de transporte es esencial para garantizar

la accesibilidad de un destino. La calidad de las carreteras, la eficiencia de los sistemas de transporte público y la conectividad de los aeropuertos son aspectos clave que facilitan la llegada y la movilidad de los turistas en el destino, lo que a su vez mejora su atractivo.

Por otro lado, la infraestructura tecnológica desempeña un papel crucial en la era digital. Esto abarca la conectividad de internet de alta velocidad y servicios de telefonía móvil confiables. La capacidad de los turistas para acceder a información en línea, mantenerse conectados y utilizar aplicaciones móviles mientras exploran un destino influye significativamente en su experiencia de viaje.

La infraestructura turística, que incluye hoteles, restaurantes, atracciones y otros espacios que directamente impactan la experiencia de los turistas, es otro aspecto relevante. La calidad y diversidad de estas infraestructuras son factores determinantes en la elección de un destino y en la satisfacción del visitante. Un destino con una amplia oferta de alojamientos y actividades turísticas puede atraer a un espectro más amplio de visitantes.

Asimismo, la competitividad de precios también es esencial. Los turistas suelen comparar los costos de alojamiento, alimentación y actividades en diferentes destinos. Ofrecer una buena relación calidad-precio es crucial para atraer visitantes y mantener la competitividad en un mercado turístico cada vez más diversificado. Además, la estabilidad económica y la fortaleza de la moneda local son consideraciones importantes, ya que las fluctuaciones económicas y las tasas de cambio pueden influir en la decisión de los turistas de visitar un destino y en su poder adquisitivo una vez allí. Las inversiones en el desarrollo turístico también son relevantes, ya que pueden aumentar la capacidad de un destino para recibir turistas y mejorar la calidad de su experiencia. Esto implica construir nuevos alojamientos, mejorar las atracciones existentes y desarrollar nuevas rutas de acceso.

Por último, la infraestructura sostenible se vuelve cada vez más relevante en la industria turística. La inversión en prácticas respetuosas con el medio ambiente, como energías renovables y gestión eficiente de residuos, puede atraer a turistas conscientes del medio ambiente, lo que se alinea con las crecientes preocupaciones ambientales en el mundo.

En conjunto, la infraestructura es un componente esencial en el fortalecimiento del mercado turístico. La calidad y accesibilidad de la infraestructura de transporte, tecnológica y turística, junto con la competitividad de los precios, pueden marcar la diferencia en la atractividad de un destino y en la satisfacción de los turistas. Las inversiones y el desarrollo continuo en estos aspectos son fundamentales para el crecimiento sostenible del turismo.

Factor 3: Recursos humanos, naturales y culturales

El tercer factor que influye en el fortalecimiento del mercado turístico abarca una serie de elementos interconectados. Los recursos humanos desempeñan un papel crucial, ya que la actitud y la capacitación del personal turístico influyen directamente en la satisfacción de los visitantes. La empatía y la hospitalidad son cualidades esenciales en la interacción con los turistas, lo que puede afectar su disposición a volver o recomendar el destino.

Los recursos naturales son otro componente importante. La belleza y diversidad de los recursos naturales, como playas, montañas, parques nacionales y otros entornos, son atractivos para los turistas. Su conservación y la promoción de prácticas sostenibles son

fundamentales para garantizar que estos recursos sigan siendo un imán para los visitantes en el futuro.

Los recursos culturales, que incluyen monumentos históricos, festivales tradicionales, artesanías y gastronomía local, también son elementos distintivos que atraen a los turistas. La autenticidad de la cultura local es esencial para ofrecer experiencias únicas a los visitantes.

2.4.2. Epistemología de Actividades Turísticas

Por su parte, Rodríguez (2010) define la actividad turística como "el desplazamiento desde el lugar habitual de residencia, con una pernoctación de más de 24 horas, pero menos de un año, para el goce y disfrute de un destino turístico" (pág. 09). En tanto, Morillo (2011) subraya que la actividad turística, si es planificada y desarrollada correctamente, puede ser una herramienta poderosa para ayudar a las comunidades a superar la pobreza y mejorar su calidad de vida. El turismo tiene el potencial de fomentar el crecimiento económico y la inversión a nivel local, generando a su vez oportunidades de empleo, distribución de ingresos y estimulando otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (pág. 136).

Benavides (2021) sostiene que la actividad turística ha experimentado una constante evolución, adaptándose a los cambiantes contextos y a las necesidades y deseos de los turistas. En la actualidad, la industria del turismo no se limita a satisfacer necesidades básicas como el transporte, el alojamiento o la restauración, sino que se esfuerza por cubrir incluso las necesidades más mínimas que contribuyan a la relajación, distracción y diversión de los visitantes.

CAPÍTULO III.

3. Metodología

El marco metodológico, según Tamayo (2012), es un proceso que utiliza el método científico para obtener información relevante y relacionarla con las hipótesis planteadas en respuesta a los problemas identificados. Implica describir y analizar el problema a través de diversos procedimientos, incluyendo técnicas e instrumentos. De manera similar, Arias (2012) lo define como un conjunto de pasos, técnicas y procedimientos para formular y resolver problemas, destacando la importancia de las hipótesis que pueden ser confirmadas o refutadas mediante investigaciones relacionadas con el problema.

3.1. Diseño de la Investigación

3.1.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque de investigación elegido para este estudio se basa en un enfoque mixto que integra elementos cualitativos y cuantitativos. Esta elección se fundamenta en la diversidad de los objetivos de investigación y en la necesidad de abordarlos desde múltiples perspectivas para obtener una comprensión más completa del mercado turístico y las actividades turísticas en la parroquia San Juan, cantón Riobamba. Como señala Creswell, el enfoque mixto no se limita a la suma de ambos enfoques, sino que implica su interacción y potenciación. Además, este enfoque puede adoptar diversas secuencias, ya sea que lo cuantitativo preceda a lo cualitativo o viceversa (Arispe, y otros, 2020, pág. 61).

3.1.1.1. Enfoque Cualitativo

Se ha optado por la utilización de métodos cualitativos para abordar los objetivos específicos relacionados con la comprensión de las experiencias y percepciones de los actores involucrados en el turismo rural comunitario en esta región. Se utilizarán entrevistas en profundidad y análisis de contenido para explorar en detalle las perspectivas de los residentes locales, los turistas y otros gestores turísticos.

3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo

Se han empleado métodos cuantitativos para obtener datos numéricos que permitan medir y cuantificar ciertos aspectos clave del estudio. A través de encuestas estructuradas y análisis estadísticos, se recopilará información sobre la cantidad de turistas, sus preferencias y hábitos, así como otros indicadores cuantitativos relevantes.

Esta combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos permitirá abordar de manera integral los objetivos generales y específicos de la investigación. El enfoque mixto proporcionará una comprensión más rica y holística de la dinámica del mercado turístico y su impacto en las actividades turísticas en la parroquia San Juan. La triangulación de datos cualitativos y cuantitativos fortalecerá la validez y la fiabilidad de los hallazgos, contribuyendo así a la solidez de esta investigación.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación No Experimental

En el estudio que analiza el mercado turístico y las actividades turísticas en la parroquia San Juan, se ha optado por utilizar un enfoque de investigación no experimental. Este enfoque se ha seleccionado debido a que se busca recopilar datos sobre el funcionamiento de estas actividades en su entorno real sin influir en ellas de manera deliberada. En este sentido, se han empleado métodos como entrevistas, encuestas y análisis de documentos para recabar información.

Siguiendo la clasificación propuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2001), la investigación no experimental se caracteriza por no manipular intencionalmente las variables de estudio. Esto significa que las características inherentes al mercado turístico y las actividades turísticas bajo análisis no han sido alteradas por la investigación. Este enfoque permite una observación y análisis de estos fenómenos en su estado natural, proporcionando una comprensión más genuina de su dinámica y funcionamiento.

3.1.2.2. Investigación Documental

Siguiendo la definición de Morales (2003), la investigación documental se considera un procedimiento científico que implica la búsqueda sistemática, recopilación, organización, análisis e interpretación de información y datos relacionados con un tema específico. En este contexto, el proyecto se basa en la investigación documental para recolectar información sobre la parroquia San Juan, cantón Riobamba. Esta investigación se enfoca en la construcción de conocimiento a partir de fuentes documentales existentes.

3.1.2.3. Investigación de Campo

De acuerdo con Santa y Martins (2010), la investigación de campo implica la recolección de datos directamente del entorno real en el que ocurren los eventos, sin manipulación ni control de variables. Este enfoque permite estudiar fenómenos sociales en su contexto natural, preservando su integridad. En este proyecto, se realizó una investigación de campo que se integra con el enfoque documental y se centró en la descripción y explicación de los fenómenos relacionados con el mercado turístico y las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba.

3.1.3. Enfoque Metodológico

3.1.3.1. Método inductivo

El método aplicado en esta investigación es principalmente inductivo, ya que se inicia sin teorías preexistentes sólidas sobre el mercado turístico en la parroquia San Juan y sus efectos en las actividades turísticas. En lugar de partir de suposiciones, la fase cualitativa se basa en la recopilación de datos a través de entrevistas en profundidad y análisis de contenido. Este enfoque permite explorar en profundidad la dinámica del mercado y comprender las experiencias de los actores involucrados.

El método inductivo consiste en el estudio u observación de hechos o experiencias específicas con el objetivo de llegar a conclusiones que puedan inducir o derivar principios generales. Este enfoque es fundamental para abordar problemas específicos y, al mismo

tiempo, derivar conclusiones generales que pueden servir como modelo para posibles proyectos (Prieto Castellanos , 2017, pág. 10).

Este enfoque inductivo es crucial para esta investigación, ya que permite pasar de problemas particulares a una comprensión general de la vinculación del mercado turístico con la actividad turística comunitarias en la parroquia San Juan. Además, brinda conclusiones específicas para cada uno de estos problemas y una propuesta general que podría servir como modelo para futuros proyectos.

3.1.3.2. Método Analítico

El método analítico es una herramienta de investigación que implica la descomposición de un todo en sus partes o elementos para observar sus causas, naturaleza y efectos (Hernández, 2017, pág. 07). En este contexto, se utiliza el método analítico para desmembrar gradualmente la problemática presentada en la parroquia San Juan. Esto proporcionará una comprensión más clara de los elementos a los cuales se debe prestar una atención puntual y de mayor importancia, lo que permitirá presentar propuestas efectivas para abordar los problemas identificados.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

El concepto de población, tal como lo describe Cejas (2017, pág. 116), se refiere al conjunto de individuos o unidades a los cuales se aplicarán las conclusiones obtenidas en la investigación. En el contexto de este estudio, la población de interés se define como el grupo de turistas que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. De acuerdo con la información proporcionada por los recepcionistas del primer refugio de la reserva, se estima que, en promedio, al mes, alrededor de 7,000 turistas visitan este lugar, con variaciones dependiendo de las épocas de feriado. Estos visitantes provienen de diversas partes del Ecuador y del mundo. Su principal motivación es conocer el icónico Nevado Chimborazo, que goza de un gran renombre como destino turístico a nivel global.

3.2.2. Muestra

Una muestra se refiere a un subconjunto representativo de individuos o elementos seleccionados de una población más grande con el propósito de realizar investigaciones o estudios. La muestra se utiliza para obtener conclusiones y generalizaciones sobre la población completa sin tener que examinar a cada miembro de la población. La selección de una muestra adecuada es fundamental para garantizar la validez y la confiabilidad de los resultados de una investigación (Hernández Ávila & Carpio , 2019, pág. 78). La muestra se calcula con la siguiente fórmula:

n= Tamaño de la muestra

K= Valor crítico de la distribución-normal estándar (95%)

N= Población Total *p*= Probabilidad de éxito de encontrar una persona (0.5)

q= Probabilidad de no encontrar una persona (0.5)

e= error estimación (0.05) = 5%

$$n = \frac{K^2 * Npq}{e^2(N-1) + K^2pq}$$

$$n = \frac{1.96^2(7000)(0.5)(0.5)}{0.05^2(7000-1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 364$$

En esta investigación, se ha determinado que la población de interés está compuesta por los turistas que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Dado que el número total de turistas que visitan este lugar es significativamente grande (alrededor de 7,000 al mes), no es práctico ni necesario encuestar a todos y cada uno de los visitantes. En su lugar, se ha decidido utilizar una muestra de 364 turistas como representación de la población.

Para garantizar la representatividad de la población de turistas que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, se seleccionará una muestra compuesta por 364 turistas de manera aleatoria. Esta elección aleatoria asegura que cada turista tenga igualdad de oportunidades para formar parte de la muestra, evitando posibles sesgos. El tamaño de la muestra se ha calculado considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Los datos recopilados de esta muestra serán sometidos a análisis estadísticos, permitiendo generar conclusiones sobre las preferencias, comportamientos y opiniones de los turistas con respecto a la reserva y sus actividades turísticas. Estos resultados respaldarán las conclusiones generales del estudio y contribuirán a una comprensión más profunda de la relación entre el mercado turístico y las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan.

3.3. Recopilación de Datos

3.3.1. Encuesta

Westreiche (2020) define la encuesta como una herramienta fundamental para la recolección de datos, ya sea cualitativos o cuantitativos, de una población estadística. Esta metodología implica la creación de un cuestionario diseñado para obtener información valiosa, que luego se someterá a un análisis estadístico. En el marco de esta investigación, se implementó un conjunto de preguntas que se administraron tanto a los turistas que visitan la parroquia San Juan como a los promotores turísticos que operan en la misma zona. Los cuestionarios diseñados para esta investigación contienen diversas preguntas con escalas de calificación de Likert, que permiten medir variables clave.

3.3.1. Entrevista

La entrevista se refiere a una conversación entre dos o más personas, en la que una de ellas hace preguntas y la otra responde, pueden ser formales o informales, y se utilizan en una variedad de contextos. Una guía de entrevistas es necesario para captar las opiniones de actores turísticos influyentes en la parroquia, brindando una perspectiva adicional y enriquecedora para esta investigación.

3.4. Procesamiento de la Información

Para el procesamiento de la información se utilizó herramientas tecnológicas que permitan generar eficiencia en el proceso. Se procesó y generó gráficos estadísticos de la

información recolectada mediante el software Excel y para la verificación de la hipótesis se utilizó el programa estadístico SPSS.

3.4.1. Validación de Instrumentos

La validación de los instrumentos se llevó a cabo mediante un juicio de expertos, para la cual se contó con especialistas que poseen conocimientos pertinentes al tema de investigación, por lo que se decidió contar con docentes de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo. En la Tabla 5, se presenta la lista de expertos que contribuyeron con su experiencia para validar el instrumento utilizado. Cada uno de ellos ha evaluado el instrumento objetivamente a través de un formulario de preguntas diseñado para medir su concordancia con la herramienta de recolección de datos propuesta en esta investigación (Ver Anexo 7).

Tabla 4. Validación de Expertos

Docente experto	Cargo
Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre	Docente de la carrera de turismo (UNACH)
Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández	Docente de la carrera de turismo (UNACH)
Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca	Docente de la carrera de turismo (UNACH)

Realizado por: Micaela Carvajal

Tras la revisión de estos instrumentos, se ha determinado que los mismos cumplen con los requisitos en cuanto a forma y contenido. Además, se ha verificado que están alineados con las categorías e indicadores de las variables de investigación, lo que garantiza que su redacción sea clara y comprensible para la población encuestada y facilite su análisis posterior.

3.4.2. Confiabilidad de Instrumentos

En cuanto se refiere a la confiabilidad de los instrumentos se aplicó una encuesta piloto a 55 individuos y mediante el software SPSS se procedió a analizar el Coeficiente Alfa de Cronbach.

Tabla 5. Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach

Nivel de Fiabilidad	Valor del Alfa de Cronbach
Excelente	0.9, 1
Muy Bueno	0.7, 0.9
Bueno	0.5, 0.7
Regular	0.3, 0.5
Deficiente	0, 0.3

Fuente: (Duque, Tuapanta, & Mena, 2018)

Según Oviedo & Campo-Arias (2005), este coeficiente se emplea para evaluar la consistencia interna de una escala. El valor mínimo aceptable para este coeficiente es 0,70; cualquier valor por debajo de este umbral indica una consistencia interna deficiente en la escala utilizada. En la tabla 6 se muestra los rangos de valores del coeficiente y el nivel de

fiabilidad. En este caso el resultado de este análisis revela un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,842 que en el nivel de fiabilidad es muy bueno. Este valor sugiere una alta consistencia interna en las respuestas de los participantes a estas preguntas.

CAPÍTULO IV.

4. Resultados y Discusión

Después de aplicar los instrumentos para la recolección de información a través de las encuestas a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia San Juan, se registró y codificaron dentro de una base de datos en Microsoft Excel para más adelante ser introducidos en el sistema SPSS de donde se recabaron las gráficas correspondientes y tablas en relación a los ítems de las variables planteadas, además de su respectiva interpretación de los mismo en relación al aporte y objetivos en la investigación.

4.1. Análisis e interpretación de la encuesta a los gestores turísticos comunitarios

Tabla 6: Análisis e interpretación de encuestas a los gestores turísticos

ITEMS	RESULTADOS
Género	Los resultados revelan que el 36% de los encuestados son de género masculino, mientras que el 64% pertenecen al género femenino. Estos datos indican una marcada participación de las mujeres en las actividades relacionadas con el turismo comunitario en la parroquia. Este fenómeno podría estar relacionado con el papel fundamental que desempeñan las mujeres en la preservación y transmisión de la cultura y las tradiciones locales, incluyendo aspectos como la vestimenta tradicional que aún se conserva en las comunidades rurales.
Edad	Los datos recopilados de los encuestados revelan una diversidad en cuanto a las edades de los participantes. Un porcentaje considerable, el 55%, se encuentra en el grupo de edades de 31 a 40 años. Simultáneamente, otro grupo, que representa el 36% de los encuestados, se sitúa en el rango de edades de 41 a 50 años. En contraste, se ha observado que una proporción más reducida, específicamente el 9%, pertenece al grupo de más de 60 años. Cabe mencionar que no se encontraron participantes en el rango de edades de 20 a 30 años ni mayores de 60 años en la muestra. Estos resultados sugieren que la gestión turística en la parroquia está liderada en su mayoría por personas en las edades intermedias, lo que podría tener implicaciones en las estrategias de desarrollo turístico y la participación de las nuevas generaciones en esta actividad.

Instrucción

En cuanto al nivel educativo de los gestores turísticos de las comunidades de la parroquia San Juan, los resultados revelaron una diversidad en los niveles de instrucción: el 45% de los encuestados han completado sus estudios secundarios, un 27% posee educación superior de tercer nivel, un 18% ha obtenido títulos de posgrado o maestría, y un 9% ha cursado únicamente la educación primaria. Estos datos apuntan a la existencia de un grupo significativo de gestores turísticos con niveles educativos más avanzados, lo que puede representar una fortaleza en la generación de procesos y proyectos beneficiosos para las comunidades locales.

RESPECTO AL MERCADO TURISTICO

Los servicios turísticos en la parroquia San Juan y sus comunidades satisfacen las demandas de los turistas.

Se destaca que el 45% y el 27% de los participantes están parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo con esta afirmación, respectivamente, lo que suma un 72% de respuestas positivas. Sin embargo, un 18% de los encuestados se mantiene neutral al respecto, y un 9% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de los gestores turísticos perciben que pueden satisfacer las demandas del mercado turístico. No obstante, es esencial tener en cuenta el 9% que muestra desacuerdo, ya que esto puede señalar áreas de mejora en la provisión de productos y servicios turísticos para satisfacer las expectativas de los visitantes.

¿En el mercado turístico de la parroquia San Juan se evidencia un alto Intercambio de productos y servicios?

Según los resultados, un notable 36% de los encuestados se mostró parcialmente de acuerdo. Adicionalmente, un 27% de los participantes expresó su total acuerdo. La combinación de estas cifras arrojó un porcentaje total positivo del 63%, reflejando así una percepción favorable con respecto a un alto intercambio de productos y servicios turísticos en la parroquia de San Juan. De igual manera un 18% se mantiene neutral mientras que un 9% manifiesta estas parcialmente en desacuerdo y el mismo porcentaje se muestran totalmente en desacuerdo. De manera general se puede decir que los gestores turísticos comunitarios manifiestan que existe un alto intercambio de productos turísticos, principalmente por los sitios de mayor concurrencia turística que es el nevado Chimborazo referente a nivel mundial como el punto más cercano al Sol. Sin embargo, es importante recalcar en

	<p>análisis con las respuestas de los turistas al consultarles que; si en sus visitas a la parroquia San Juan han realizado algún tipo de turismo comunitario, obteniendo como resultado que solo un 34,5% menciona realizan turismo comunitario en San Jua, lo cual indica que se debe generar estrategias para promocionar el turismo comunitario en la parroquia de San Juan.</p>
<p>La cadena de valor permite que se desglose las actividades relacionadas con un producto permitiendo así: diseñar, producir, comercializar, y distribuir, ¿producto o servicio para contribuir a un valor total del producto?</p>	<p>La cadena de valor desglosa las actividades de un producto, como diseño, producción, comercialización y distribución, contribuyendo a su valor total. En la encuesta sobre esta cadena realizada a los gestores turísticos comunitarios de la parroquia de San Juan, los resultados resaltan un alto porcentaje (45%) que están de acuerdo, mientras el 27% de totalmente de acuerdo. La combinación da un positivo total del 72%, reflejando percepción positiva sobre el desglose de actividades en los centros turísticos comunitarios de la parroquia.</p>
<p>¿Las empresas privadas constituyen para la parroquia San Juan un factor clave para fomentar el mercado turístico?</p>	<p>Los resultados, resaltan que un significativo 45% de los participantes expresó un completo acuerdo en que el papel de las empresas privadas como factor clave en el fomento del mercado turístico en la parroquia de San Juan. Además, un 27% mostró su acuerdo parcial. La combinación de estas cifras arrojó un positivo total del 72%, evidenciando una percepción positiva en relación con el papel de las empresas privadas como contribuyentes esenciales en el mercado turístico de la parroquia de San Juan. Esto ayuda a respaldar la idea de que las acciones y la presencia de las empresas privadas tienen un impacto valioso en el fomento del mercado turístico local.</p>
<p>¿El mercado en general ha contribuido al desarrollo económico de la parroquia San Juan?</p>	<p>Los resultados revelan que un porcentaje significativo del 45% de los encuestados mostró estar totalmente de acuerdo en que el mercado turístico ha contribuido al desarrollo económico de la parroquia de San Juan. Adicionalmente, un 27% de los participantes indicó su acuerdo parcial. La combinación de estos datos generó un total positivo del 72%, lo cual refleja una perspectiva generalizada de que los mercados tienen un impacto favorable en el progreso económico de la parroquia de San Juan. Estos resultados subrayan cómo la comunidad</p>

	reconoce la contribución de los mercados al crecimiento económico local.
Que medios utiliza para promocionar sus productos/servicios turísticos?	Los resultados ponen en manifiesto un porcentaje sustancial del 82% de los encuestados que emplean redes sociales para promocionar sus productos/servicios turísticos. Adicionalmente, un 27% de los participantes mencionó la utilización de centros de información para turistas. Esto ilustra que el medio de comunicación más ampliamente empleado es, en efecto, el de las redes sociales. Estos hallazgos destacan la influencia de las plataformas digitales en la promoción efectiva de los productos turísticos de la parroquia de San Juan.
¿En promedio al mes cuantos turistas recibe?	Destaca un porcentaje importante, equivalente al 45%, que en promedio reciben a más de 50 turistas por día. En paralelo, otro segmento considerable, representando un 36% de los visitantes, se encuentra en el rango de 31 a 50 personas. Estos hallazgos brindan una valiosa guía para la formulación de estrategias y mejoras específicas en los centros turísticos comunitarios.
¿Cuál es el rango de sus ingresos al mes?	En cuanto al ingreso mensual, destaca un porcentaje importante, equivalente al 55% con ingresos de 100 a 300 dólares al mes, mientras que un 45% presenta ingresos de 501 a 1000 dólares al mes. Paralelamente, otro segmento considerable, representando el 36% de los turistas, registra ingresos inferiores a 100 dólares al mes. Estos datos ofrecen una valiosa orientación a los centros turísticos comunitarios para la formulación de estrategias y mejoras específicas con el propósito de fortalecer la economía de la comunidad.
¿En la parroquia de San Juan se ofertan productos/servicios turísticos innovadores a través de precios óptimos?	Los resultados presentados revelan que un porcentaje significativo del 45% de los encuestados mostró estar totalmente de acuerdo y un 36% de los participantes indicó su acuerdo parcial. La combinación de estos datos generó un total positivo del 81%, lo cual refleja una perspectiva generalizada de que se ofrecen productos y servicios turísticos innovadores a través de precios óptimos. Estos datos respaldan la noción de que la oferta turística es valorada en términos de calidad y relación costo-beneficio.

RESPECTO A ACTIVIDADES TURISTICAS

¿Los atractivos turísticos en la parroquia de San Juan influyen en la demanda en las visitas de los turistas y por ende en la motivación de los viajeros para conocerla?	Un porcentaje significativo del 55% de los encuestados mostró estar totalmente de acuerdo en que los atractivos turísticos en la parroquia de San Juan influyen en la demanda en las visitas de los turistas. Mientras que un 27% de los participantes indicó su estar de acuerdo, generando un margen positivo del 82%, lo cual refleja una perspectiva generalizada de que los atractivos turísticos en la parroquia de San Juan ejercen influencia en la demanda de visitas por parte de los turistas, y motivan a los viajeros a explorar la zona.
¿La infraestructura turística en la parroquia es adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes?	Se destaca que un 36% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que la infraestructura turística en la parroquia es adecuada. Asimismo, un 27% de los participantes expresó su acuerdo parcial. La combinación de ambas cifras resulta en un total positivo del 63%, lo cual refleja que la infraestructura turística en la parroquia es percibida como adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes. Estos resultados sugieren que los elementos de infraestructura disponibles contribuyen de manera efectiva a la experiencia positiva de los turistas en la parroquia.
¿Existen oportunidades para diversificar su oferta de servicios turísticos en la parroquia San Juan?	Se encuentra que un porcentaje considerable del 36% de los encuestados expresó estar totalmente de acuerdo en que existen oportunidades para diversificar su oferta de servicios turísticos en la parroquia San Juan. Paralelamente, un 27% de los participantes manifestó su acuerdo parcial. La combinación de ambas cifras arroja un total positivo del 63%, lo cual refleja una perspectiva generalizada de que efectivamente existen oportunidades para diversificar la oferta de servicios turísticos en la parroquia.
¿El nivel de participación de las comunidades en el desarrollo y gestión de las actividades turísticas locales son factores estratégicos para incrementar el turismo en la parroquia?	Los resultados estacan un porcentaje significativo del 36% de los encuestados que se mostró totalmente de acuerdo. Adicionalmente, un 27% de los participantes expresó su acuerdo parcial. La combinación de ambas cifras resulta en un total positivo del 63%, lo cual refleja una perspectiva generalizada de que el nivel de participación de las comunidades en el desarrollo y gestión de las actividades turísticas locales efectivamente

	<p>constituye un factor estratégico para aumentar el turismo en la parroquia. Estos resultados sugieren que la colaboración comunitaria desempeña un papel importante en el atractivo y la promoción turística de la zona, motivando a los viajeros a explorar la región.</p>
<p>¿Los servicios ofertados en la parroquia se consideran adecuados con llevando a garantizar una alta calidad?</p>	<p>Resaltan un porcentaje significativo del 45% de los encuestados que se mostró totalmente de acuerdo con esta afirmación. Asimismo, un 36% de los participantes expresó su acuerdo parcial. La combinación de estos resultados arroja un total positivo del 81%, lo cual refleja una perspectiva generalizada.</p>
<p>¿La calidad de sus productos/servicios turísticos están basados en normas o estándares de calidad?</p>	<p>Los resultados presentados en la encuesta revelan que un 64% de los encuestados confirma que los productos y servicios cumplen con las respectivas normas, mientras que un 36% manifiesta que no cumplen con estas. Estos datos sugieren la necesidad de mejorar los estándares de calidad en las actividades turísticas comunitarias para garantizar la certificación conforme a las normas. Estos hallazgos pueden servir como base para implementar mejoras en la oferta turística y promover la adopción de estándares de calidad uniformes en la parroquia de San Juan.</p>
<p>¿Conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan y sus alrededores? ¿Cuántos Conoce?</p>	<p>Los resultados presentados en el gráfico 14 resaltan un porcentaje significativo del 45% de los participantes que aseguran estar familiarizados con todos los atractivos. Además, un 45% de los encuestados indicó que conocen casi todos los atractivos. Esto indica que como habitantes de la parroquia conocen y puede dar información de los diferentes atractivos turísticos que posee su parroquia especialmente al ser gestores o guías turísticos.</p>
<p>Conoce la historia / cultura / tradiciones que posee la parroquia de San Juan y sus comunidades?</p>	<p>Los resultados obtenidos destacan un porcentaje significativo del 45% de los participantes que afirman conocerlo toda la historia, cultura, tradiciones y festividades que posee la parroquia de San Juan. Mientras que un 36% de los encuestados indicó conocer casi todo. Estos resultados indican que en su mayoría conocen sobre la riqueza cultural que posee su parroquia.</p>

<p>Posee algún Tipo de certificación que le abalice como guía/gestor turístico?</p>	<p>Dentro de esta consulta, se observa que un 45% de los participantes cuenta con la certificación que los acredite como guías o gestores turísticos, mientras que un 55% no la posee. Estos datos reflejan que existe un porcentaje menor que carece de la certificación, lo cual sugiere una necesidad potencial de fomentar la obtención de certificaciones en la industria turística.</p>
---	---

Fuente: Encuestas realizadas en la investigación

4.2. Análisis e interpretación de la encuesta a los turistas

Tabla 7: Análisis, interpretación y discusión de resultados

PREGUNTAS	RESULTADOS
Género	El 52.7% de los encuestados es de género masculino, mientras que el 47.3% es del género femenino, lo cual es un indicador de que hay variedad en cuestión de visitantes, además que existe una equidad al tratarse de parejas o familia que visitan los diferentes atractivos turísticos de la parroquia.
Edad	La encuesta indica que el 38.2% de los visitantes se encuentran en el rango de edad de 25 a 35 años, el 25% pertenece al grupo de 36 a 50 años, y un 5.5% corresponde a individuos mayores de 60 años, se evidencia que la mayor parte de los visitantes son jóvenes y esto puede representar una oportunidad para crear experiencias para este grupo de turistas que tienen ciertas características de consumo de productos y servicios turísticos.
Instrucción	Los resultados obtenidos muestran que un 43.6% de los turistas tienen educación superior, mientras que un 30.9% tienen estudios secundarios, un 20% tienen instrucción primaria y un 5.5% tienen estudios de posgrado o cuarto nivel.

RESPECTO AL MERCADO TURISTICO

<p>1. ¿Cada cuánto realiza turismo?</p>	<p>Los resultados obtenidos indican un destacado porcentaje, equivalente al 30.9% de los encuestados, afirma que siempre realiza turismo, mientras que un 29.1% de los participantes lo hace casi siempre. Un</p>
---	---

	30.9% de los encuestados lo realiza ocasionalmente, mientras que un 3.6% casi nunca realiza turismo.
2. ¿Qué tipo de turismo prefiere?	Según los resultados destaca un significativo 43.6% se prefiere el turismo de aventura, seguido por un 32.7% de turismo comunitario, mientras que un 23.6% opta por el turismo cultural y un 20% de turismo gastronómico, y un 14.5% participa en turismo religioso, un 10.9% en turismo deportivas, un 5.5% en turismo relacionado con negocios, y solo un 3.6% se involucra en el turismo de salud.
3. A su parecer la parroquia San Juan posee un mercado turístico idóneo que permitirá fortalecer la economía de la comunidad?	Un notable 89.1% de los participantes indicó que sí existe un mercado turístico que contribuye al fortalecimiento de la economía local. Por otro lado, un 10.9% expresó que no percibe la presencia de dicho mercado en la localidad.
4. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan?	Los resultados revelan que un considerable 76.4% de los participantes afirmaron tener conocimiento de los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan. Por otro lado, un 18.2% indicó que conocía muy poco, mientras que un 1.8% manifestó no conocer nada acerca de los atractivos turísticos que ofrece la parroquia de San Juan.
5. En caso de ser afirmativo identifique por cual medio se enteró usted de los atractivos turísticos que existen en la parroquia San Juan?	Los resultados revelan que un notable 58.2% de los encuestados se informan principalmente a través de las redes sociales se han enterado sobre las ofertas turísticas de la parroquia. Además, un significativo 21.8% de los participantes indicó que obtiene información a través de recomendaciones de amigos, mientras que un 14.5% lo hace a través de puntos de información turística y un 3.6% mediante plataformas de reservas. Estos hallazgos resaltan la influencia significativa de las plataformas digitales, en particular las redes sociales y lo importante que es la promoción boca a boca mediante recomendaciones entre amigos y familiares.
6. A su parecer la parroquia San Juan cuenta con servicios de hospedaje, agencias de viajes, transporte, restaurantes idóneos para incrementar y	Los resultados muestran que un destacado 81.8% de los participantes señaló que sí se cuenta con varios servicios turísticos que permiten fomentar el turismo. En contraste, un 18.2% expresó que no se cumplen adecuadamente con dichos servicios.

fomentar el turismo en las comunidades

7. El mercado turístico según su parecer es un segmento de la economía relacionado con el turismo y todas las actividades comerciales y turísticas asociadas con el crecimiento de la parroquia San Juan

Es destacable que un significativo 52.7% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo con esta afirmación de que el mercado turístico es un segmento de la económica que se asocia con el crecimiento de la parroquia. Por otro lado, un 36.4% se encuentra en una posición neutral, y un 5.5% no expresó una posición definida al respecto.

8. En su visita a San Juan. ¿Realizo turismo comunitario?

Un destacado 34.5% de los encuestados mencionan que siempre que visitan la parroquia San Juan realizan turismo comunitario, mientras que un considerable 30.9% de los participantes expresaron que casi siempre realizan turismo comunitario en estas visitas. Un 14.5% de los encuestados manifestaron que ocasionalmente realizan turismo comunitario, por otro lado, un 10.9% mencionó que casi nunca visitan las comunidades, lo que puede ser resultado de diversas razones, como la disponibilidad de tiempo o la preferencia por otras actividades. Finalmente, un 9.1% de los encuestados afirmaron que nunca realizan turismo comunitario. Es importante considerar estrategias de promoción y mejora para atraer a nuevos turistas.

9. Al realizar turismo comunitario en San Juan. ¿Cuáles son las actividades que más le gusta realizar dentro de las comunidades locales?

Los resultados revelan que un porcentaje significativo del 54.5% de los encuestados manifiesta que al realizar turismo comunitario la actividad que más les gusta son degustar de los platos típicos. Adicionalmente, un 27.3% de los participantes indicó que les encanta las convivencias con la comunidad. Un 20% opta por las artesanías que existen, un 14% le gusta las tradiciones, y una 10.9% manifiestan no haber realizado turismo comunitario, por lo tanto, no pueden emitir un criterio objetivo.

10. En caso de a ver visitado los atractivos turísticos de la parroquia San Juan. Identifique su nivel de satisfacción al visitar las comunidades locales.

Los resultados de las encuestas muestran un alto nivel de satisfacción al visitar los atractivos turísticos de la parroquia San Juan, en detalle; un 43.6% se declaró "muy satisfecho", mientras que un 20% expresó estar "satisfecho", mientras que un 7.3% indicó sentirse "poco satisfecho", y un 9.1% aún no ha tenido la oportunidad de

visitar estos lugares. Estos datos reflejan en general una percepción positiva, aunque señalan áreas de mejora en la experiencia turística y la necesidad de promoción para atraer a más visitantes.

11. Ha tenido alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario en alguna localidad de la parroquia San Juan.

Según los resultados de la encuesta se evidencia que un 25% de los encuestados afirmó que "siempre" que realiza turismo comunitario ha tenido algún tipo de problema, siendo esto una mala experiencia. Además, un 36.4% indicó que "casi siempre" ha enfrentado problemas, lo que sugiere una consistente insatisfacción. Por otro lado, un alentador 18.2% mencionó que "nunca ha tenido problemas", y un 16.4% dijo que "casi nunca" los ha experimentado. Estos datos resaltan la necesidad de mejoras significativas en la calidad de los servicios ofrecidos en los centros turísticos comunitarios de la zona.

RESPECTO A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS COMUNITARIAS

12. Las actividades turísticas en la parroquia San Juan se enfocan en la promoción de la cultura y tradiciones locales ofreciendo un servicio turístico de calidad.

Con respecto a la promoción de la cultura y tradiciones locales en las actividades turísticas de la Parroquia San Juan, un sólido 28.8% de los encuestados mostró un completo acuerdo con esta declaración. Además, un considerable 40.4% expresó su acuerdo parcial, lo que sugiere un respaldo significativo a la promoción de la cultura local en el turismo. Sin embargo, un 25% se muestra indeciso, lo que podría reflejar la necesidad de una mayor claridad o información sobre estas actividades y su impacto en la comunidad. Estos resultados indican un apoyo general, pero también destacan la importancia de abordar las dudas y la indecisión de algunos encuestados.

13. ¿El turismo comunitario en la parroquia San Juan se enfoca en prácticas sostenibles que promueven el desarrollo de actividades de convivencia con la comunidad?

Según los resultados obtenidos, parece haber un nivel considerable afirmación entre los encuestados con respecto a la idea de que el turismo en la parroquia San Juan se enfoca en prácticas sostenibles que promueven el desarrollo de actividades de convivencia con las comunidades. El 27% de las personas encuestadas está "totalmente de acuerdo", y un 36% está "de acuerdo", lo que suma un 63% de respuestas positivas.

Por otro lado, el hecho de que el 24% se mantenga neutral indica que hay un grupo significativo que no muestra una posición clara sobre este tema. Además, el 13% que está

	<p>en desacuerdo o totalmente en desacuerdo podría sugerir que hay una proporción minoritaria de personas que no respaldan la idea de que el turismo en la parroquia San Juan se centre en prácticas sostenibles y promueva actividades de convivencia con las comunidades. En resumen, la mayoría parece estar a favor de estas prácticas, pero aún hay una parte de la población que no ha expresado su apoyo o tiene reservas al respecto.</p>
<p>14. Existe un servicio de alojamiento ecológico que garantice actividades turísticas con la colaboración de la comunidad local generando beneficios en el turismo comunitario de la parroquia.</p>	<p>Según los resultados de la encuesta sobre la existencia de servicios de alojamiento ecológico que colaboren con la comunidad local para promover el turismo comunitario en la Parroquia, un impresionante 82.7% de los encuestados confirmó la presencia de estos servicios. Esto sugiere una fuerte oferta de alojamiento ecológico que se involucra en actividades turísticas en colaboración con las comunidades locales, lo que es un indicador positivo para el desarrollo del turismo sostenible en la región. Sin embargo, un 17.3% de los participantes expresó que no existen dichos servicios, lo que puede requerir una mayor promoción o desarrollo de esta oferta para atraer a un público más amplio y aprovechar el potencial del turismo comunitario en la Parroquia San Juan.</p>
<p>15. La parroquia San Juan ofrece una amplia gama de actividades al aire libre vinculado con una gran biodiversidad y paisajes naturales que ofrece la comunidad.</p>	<p>Los resultados de la encuesta indican que una destacada mayoría, un 82.7% de los encuestados, percibe que la Parroquia San Juan ofrece una amplia gama de actividades al aire libre vinculadas con una gran biodiversidad y paisajes naturales. Esto sugiere un gran potencial para el turismo en la región, que puede aprovechar su riqueza natural. Sin embargo, un 17.3% expresó que no se ofrecen tantos servicios en este sentido, lo que podría indicar la necesidad de una mayor promoción o desarrollo de actividades al aire libre para atraer a un público más amplio.</p>
<p>16. Cómo valora el equipamiento e infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones, equipamiento urbano, señalización turística, entre</p>	<p>La encuesta revela una variedad de opiniones sobre el equipamiento e infraestructura en la parroquia San Juan. Un 36.5% lo considera "muy buena" la infraestructura dentro de la parroquia, un 28.8% lo califica como "bueno", un destacado 32.7% muestra indiferencia. Sin embargo, es preocupante que un 5.8% lo vea como "malo" y un 1.9% como "muy malo". Estos datos</p>

<p>otros) dentro de la parroquia San Juan.</p>	<p>subrayan la necesidad apremiante de mejoras sustanciales en los servicios turísticos y la infraestructura de la región, con el objetivo de atender las opiniones menos favorables y mantener el alto nivel de satisfacción existente.</p>
<p>17. Cómo valora el comercio que ofrece la parroquia de San Juan a los turistas.</p>	<p>Un considerable 36.4% lo considera "muy bueno" y un 41.8% lo califica como "bueno", un destacado 20% muestra indiferencia. Sin embargo, es preocupante que un 1.8% lo vea como malo. Estos datos subrayan la necesidad apremiante de mejoras sustanciales en los servicios turísticos y la infraestructura de la región, con el objetivo de atender las opiniones menos favorables y mantener el alto nivel de valoración del comercio existente.</p>
<p>18. La parroquia San Juan ofrece servicios de guía y asistencia turística adecuada al fomento del turismo local.</p>	<p>Los resultados indican que una destacada mayoría, un 82.7% de los encuestados, percibe que la parroquia San Juan ofrece servicios de guía y asistencia turística adecuada al fomento del turismo local. Esto sugiere un gran potencial para el turismo en la parroquia, que puede aprovechar su riqueza natural. Sin embargo, un 17.3% expresó que no se ofrecen tantos servicios, en este sentido, lo que podría indicar la necesidad de una mayor promoción o desarrollo de actividades al aire libre para atraer a un público más amplio.</p>

Fuente: Encuestas realizadas en la investigación

4.3. Discusión

En la investigación desarrollada se ha realizado dos encuestas y varias entrevistas que han permitido recabar información relevante sobre la situación actual de las actividades y mercado turístico de la parroquia San Juan.

La primera encuesta se dirigió a los gestores turísticos comunitarios de la parroquia, quienes actúan como representantes de sus respectivas comunidades. En total, se encuestaron a diez comunidades, además del presidente del GAD parroquial. Estas encuestas, en conjunto con las entrevistas realizadas, proporcionaron datos valiosos que arrojaron luz sobre varios aspectos fundamentales de esta investigación.

Uno de los hallazgos más destacados de estas encuestas fue que el 72% de los encuestados afirmó que el mercado turístico contribuye positivamente al desarrollo económico de la parroquia San Juan. Además, según la percepción de los propios gestores comunitarios mencionan que si están ofreciendo productos y servicios turísticos innovadores a precios que son considerados óptimos. Sin embargo, asegurar que es necesario mejorar los productos y servicios de ciertas comunidades.

En términos de la percepción de la calidad de la oferta turística, la mayoría de los encuestados expresó que esta es apreciada positivamente en cuanto a la calidad del servicio y las atracciones disponibles. Sin embargo, hubo una divergencia en cuanto a la percepción de una infraestructura turística adecuada en la parroquia, ya que solo el 36% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Es importante señalar que la cantidad de turistas que reciben las diferentes comunidades varía significativamente. Algunas comunidades, como San Pablo Pulingui perteneciente a otras parroquias poseen un gran flujo de turistas por su cercanía con el Chimborazo los cuales cuentan con infraestructuras y organización que les permiten recibir un promedio de hasta 60 turistas al mes, según los testimonios de las mujeres involucradas en el hospedaje de la Casa Condor. En contraste, hay comunidades que no han recibido turistas durante varios años a causa de la pandemia del COVID 19 ya que no han podido retomar sus actividades turísticas. Esta información nos revela la diversidad de situaciones y desafíos que enfrenta la parroquia San Juan en su esfuerzo por desarrollar un mercado turístico comunitario sólido y sostenible. Los resultados de esta investigación servirán como una guía valiosa para futuras estrategias de desarrollo turístico, con un enfoque en abordar estas diferencias y mejorar las actividades turísticas en toda la parroquia.

En relación a la segunda encuesta aplicada a los turistas, se ha identificado que aproximadamente el 60% de los encuestados realiza turismo de forma regular, ya sea siempre o casi siempre, lo cual representa un porcentaje significativo.

Asimismo, se ha observado una diversidad de preferencias turísticas entre los encuestados. Un 43.6% opta por el turismo de aventura, mientras que un 32.7% y un 23.6% muestran interés en el turismo comunitario y el turismo cultural, respectivamente. Por otro lado, el resto de los encuestados muestra preferencias por otros tipos de turismo. Estos resultados ofrecen una oportunidad valiosa, ya que permiten la posibilidad de combinar

diferentes tipos de turismo para ofrecer paquetes turísticos que superen las expectativas de los visitantes.

En cuanto a la satisfacción de los turistas con las experiencias de turismo comunitario en la parroquia San Juan es un indicador positivo que resalta el potencial de esta actividad en la parroquia. Este alto grado de satisfacción podría ser aprovechado para fomentar el turismo sostenible y el desarrollo económico local. Para lograrlo, se podría considerar la promoción de paquetes turísticos que incluyan actividades de degustación de platos típicos, interacción con la comunidad y la adquisición de artesanías locales.

De igual manera, es importante destacar que el turismo comunitario no solo beneficia a los turistas visitantes, sino también a las comunidades locales que tiene un impacto significativo, ya que la convivencia con los turistas no solo genera ingresos adicionales para las familias locales, sino que también promueve un mayor entendimiento cultural y fortalece los lazos entre visitantes y anfitriones.

Por otro lado, el interés de los turistas en la gastronomía local puede ser una oportunidad para promover la preservación de recetas tradicionales y técnicas culinarias únicas de la parroquia San Juan. Esto podría dar lugar a la creación de programas de capacitación y desarrollo para los miembros de la comunidad que deseen participar en la preparación de platos típicos y la promoción de la cultura gastronómica local.

4.3.1. Comprobación de Hipótesis

La validación de la hipótesis planteada en la presente investigación se llevó a cabo a través de un proceso que implicó la selección de preguntas clave relacionadas con las variables de interés, la recolección de datos mediante encuestas aplicadas a los turistas y el uso de un software estadístico para realizar el análisis de datos y la realización de la interpretación de los resultados obtenidos.

La selección de las preguntas claves se basó en la relevancia de su contenido para las variables de estudio: mercado turístico y las actividades turísticas. Se optó por considerar preguntas que abordaran directamente estos aspectos, Por un lado, se utilizó la pregunta "En su visita a la parroquia San Juan, ¿Realizo turismo comunitario?" para conocer si los visitantes turistas o viajeros que llegan a la parroquia San Juan por los varios atractivos turísticos también realizan actividades de turismo comunitario, mediante esto permite conocer el mercado actual del mercado turístico comunitario en la parroquia San Juan.

Por otro lado, en relación con las actividades turísticas en el contexto rural comunitario, se consideró la pregunta: "¿El turismo comunitario en la parroquia San Juan se enfoca en prácticas sostenibles que promueven el desarrollo de actividades de convivencia con la comunidad?". Esta pregunta se consideró para evidenciar identificar si se están implementando prácticas sostenibles en el desarrollo de las actividades turísticas comunitarias. Identificar esto es fundamental, ya que una variedad de prácticas y actividades que promuevan la cultura local y la sostenibilidad pueden aumentar el interés de los turistas y, en consecuencia, contribuir al fortalecimiento de la oferta turística comunitaria en la parroquia San Juan.

El procedimiento de recopilación de datos se basó en la aplicación de encuestas a los turistas, garantizando la confidencialidad y el anonimato de las respuestas para fomentar la honestidad y objetividad de los participantes. La muestra encuestada fue de 364 individuos, que es una muestra representativa de la población objetivo y una vez que se recopilaron los datos, se procedió al análisis estadístico utilizando el software SPSS.

Para evaluar la relación entre las variables del mercado turístico y el desarrollo de actividades turísticas en el contexto rural comunitario, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson. Este coeficiente mide la fuerza y la dirección de una relación lineal entre variables, con un rango que va de -1 a 1. Un valor cercano a 1 denota una correlación positiva fuerte, mientras que un valor cercano a 0 indica una correlación débil (Hernández Lalinde, y otros, 2018).

Tabla 8. Criterios de Coeficiente de correlación de Pearson

Rango de valores de r_{xy}	Interpretación
$0.00 \leq r_{xy} < 0.10$	Correlación nula
$0.10 \leq r_{xy} < 0.30$	Correlación débil
$0.30 \leq r_{xy} < 0.50$	Correlación moderada
$0.50 \leq r_{xy} < 1.00$	Correlación fuerte

Los resultados arrojaron un coeficiente de correlación de Pearson de **0.56**, lo cual según Hernández (2018) indica una correlación positiva moderada/fuerte entre el mercado turístico y las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba. Este valor sugiere que, a medida que los turistas participan en el turismo comunitario durante sus visitas a la parroquia San Juan, las actividades turísticas comunitarias se centran en la promoción de la cultura local, las tradiciones y prácticas turísticas sostenibles. Además, se obtuvo un valor de significancia (p-valor) de 0.000, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa.

Tabla 9: Correlaciones y significancia

	Correlación de Pearson	de	El turismo comunitario de la parroquia San Juan se enfoca en prácticas y actividades sostenibles.
<i>En su visita a la parroquia San Juan.</i>			0,56
<i>¿Realizo turismo comunitario?</i>	Sig. (bilateral)		0,000
	N		364

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Micaela Carvajal

Según estos resultados, se puede afirmar que la hipótesis alternativa planteada (H1: El mercado turístico incide en las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba) en esta investigación ha sido corroborada, y, por lo tanto, se descarta la hipótesis nula (H0: El mercado turístico no incide en las actividades turísticas en el contexto rural comunitario de la parroquia San Juan, cantón Riobamba). Estos

hallazgos respaldan la idea de que efectivamente existe una relación significativa entre el mercado turístico y las actividades turísticas comunitarias en la parroquia San Juan y el cantón Riobamba.

Indudablemente, la relevancia de esta relación se centra en el impacto potencial de una mayor participación de visitantes en el turismo comunitario en el desarrollo de las actividades turísticas en la parroquia San Juan. El incremento en la participación de turistas en las actividades comunitarias puede impulsar el crecimiento y mejora de estas experiencias, lo que, por consiguiente, puede resultar en una experiencia turística de mayor calidad en la comunidad.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Tras analizar la información recolectada en este estudio se revela que, a pesar de la alta afluencia de turistas al nevado Chimborazo, la demanda de actividades de turismo comunitario en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, es moderadamente baja. Se identifican deficiencias en las organizaciones comunitarias vinculadas al turismo, principalmente relacionadas con problemas de la organización y liderazgo. La rotación frecuente de los representantes ha generado que proyectos turísticos se queden estancados, muchas veces por diferencias internas y la falta de interés por parte de los nuevos dirigentes comunitarios electos.

El análisis cuantitativo reveló un coeficiente de correlación de Pearson de 0.56, indicando una correlación positiva moderada-fuerte entre el mercado turístico y el desarrollo de actividades en el contexto rural comunitario. Esto sugiere que un aumento en el mercado turístico impulsará el progreso de las actividades turísticas comunitarias en la parroquia, generando productos y servicios de mayor calidad. La mejora resultante en la oferta contribuirá a la satisfacción de los turistas, subrayando así la importancia del mercado turístico en el impulso económico local.

Como resultado de esta investigación, se ha propuesto un instructivo para la evaluación de los productos turísticos comunitarios enfocados a mercados específicos. Este instructivo será una guía valiosa para los prestadores de servicios turísticos comunitarios de la parroquia San Juan, al proporcionar directrices claras para aprovechar al máximo el potencial del turismo comunitario en la parroquia San Juan.

5.2. Recomendaciones

Para potenciar el turismo comunitario en la parroquia San Juan, se recomienda implementar medidas integrales como implementar un programa de formación para líderes comunitarios, focalizado en habilidades de gestión de proyectos turísticos y liderazgo. Simultáneamente, se debe promover la participación activa de la comunidad en la toma de decisiones turísticas.

Es necesario mejorar las estrategias de promoción mediante el uso de nuevas tecnologías y redes sociales, así como establecer alianzas estratégicas con agencias turísticas, instituciones gubernamentales y sectores privados locales para impulsar el desarrollo de actividades turísticas comunitarias, garantizando la sostenibilidad de las iniciativas y proyectos turísticos.

Se recomienda implementar un proceso de seguimiento continuo de las actividades turísticas en la parroquia San Juan. Esto implica recopilar de manera sistemática los comentarios de los visitantes y aplicar regularmente el instructivo de evaluación. De esta manera, se logrará realizar mejoras constantes en la oferta de turismo comunitario, asegurando una experiencia enriquecedora y satisfactoria para los turistas.

CAPÍTULO VI

6. Propuesta

En este capítulo, se presenta una propuesta que es instructivo se deriva de los resultados y conclusiones obtenidos de la investigación previa. Su objetivo principal es proporcionar una herramienta práctica y valiosa que permitirá la evaluación y la mejora continua de los productos turísticos en la zona.

En este contexto, es fundamental destacar la relevancia del mercado turístico y de las actividades turísticas como factores clave en el desarrollo local. El éxito y la sostenibilidad del turismo comunitario están intrínsecamente ligados a cómo se comprenden y atienden las necesidades y expectativas de los visitantes. La investigación previa ha proporcionado una comprensión más profunda de estos aspectos, y el instructivo es el siguiente paso lógico para aplicar este conocimiento en la práctica.

Este instructivo se convierte en una herramienta estratégica que permitirá a los actores locales del turismo comunitario llevar a cabo evaluaciones sistemáticas de sus productos turísticos. Con su ayuda, podrán identificar áreas de mejora, oportunidades de crecimiento y posibles desafíos. Además, fomentará una cultura de mejora continua, lo cual es fundamental para mantener la competitividad y atraer un flujo constante de turistas.

La relevancia de este capítulo radica en su contribución al fortalecimiento del turismo comunitario y, en última instancia, al desarrollo local sostenible. Al alinear de manera más efectiva las ofertas turísticas con las necesidades y preferencias de los visitantes, se mejora la satisfacción del cliente y se crea una base para un turismo más próspero y beneficioso para la comunidad local.

INSTRUCTIVO PARA EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

Enfocados a mercados específicos



PARTE I: RESPECTO A LA PROPUESTA

Introducción

El instrumento de evaluación específico diseñado para medir y calificar los productos turísticos comunitarios en la parroquia San Juan, adaptados a diferentes mercados específicos. Su creación es fundamental porque permite alinear las ofertas turísticas con las necesidades y preferencias de grupos de visitantes particulares.

En el contexto actual del turismo, donde los viajeros buscan experiencias únicas y auténticas, contar con un instrumento de este tipo se convierte en una ventaja estratégica, en este sentido al adaptar los productos turísticos a mercados específicos, se logra optimizar el uso de recursos y se incrementa la satisfacción

del visitante turístico, lo que resulta positivo y un interés mayor por parte de los turistas. En este orden de ideas, cabe destacar que esta personalización no solo favorece a la industria turística, sino que también apoya la conservación del entorno y la cultura local al fomentar un turismo más consciente y sostenible. Por lo tanto, la creación de este instrumento es esencial para el crecimiento sostenible del turismo en la parroquia San Juan, ya que proporciona una guía efectiva para la adaptación de productos turísticos que cumplan con las expectativas y deseos de los visitantes, al tiempo que contribuye a la economía local y al bienestar de la comunidad.

Objetivo de la propuesta

Evaluar la calidad y pertinencia de productos turísticos comunitarios en la parroquia San Juan, identificando oportunidades y áreas de mejora para satisfacer las demandas de mercados específicos.

Términos vinculados a la propuesta

Productos Turísticos

Un producto turístico atiende una demanda específica, se pone a disposición del público a través de canales de distribución con un precio y promoción establecidos, y está relacionado con una atracción que inspira a las personas a viajar. (Sernatur, 2018).

Productos Turísticos Comunitarios

Son aquellos productos fomentados por las comunidades rurales caracterizada en su mayoría por grupos indígenas. Estos productos turísticos se desarrollan en entornos rurales y naturales, los mismos

que se centran en la promoción de las costumbres y tradiciones tanto ancestrales como contemporáneas de estas comunidades, fomentando la cultura y en general el turismo.

Mercados Específicos

En el contexto del turismo, las complejas relaciones entre la oferta y la demanda plantean desafíos a los destinos turísticos. Estos destinos deben prepararse de manera proactiva, considerando aspectos como el perfil de sus consumidores, las expectativas de estos y su nivel de satisfacción.

PARTE II: RESPECTO AL OBJETO DE ESTUDIO-PARROQUIA SAN JUAN



San Juan es una parroquia perteneciente al cantón Riobamba y la provincia de Chimborazo y cuenta con una superficie de 22.120 hectáreas. Se localiza a 16 kilómetros de la ciudad de Riobamba, en las proximidades del majestuoso nevado Chimborazo. Limita al norte con la provincia de Tungurahua, específicamente con la parroquia de San Andrés, perteneciente al cantón Guano. Al sur, limita con la parroquia Villa la Unión del cantón Colta y la parroquia Calpi del cantón Riobamba. Al este, colinda con la parroquia Calpi, mientras que al oeste se encuentra la provincia de Bolívar.

Para abordar de manera integral la información adicional relevante relacionada con el turismo comunitario en la parroquia San Juan, se ha estructurado este análisis en cuatro dimensiones principales: el ámbito ecológico-territorial, el sociocultural, el administrativo-político y el económico-productivo, siguiendo la metodología propuesta por Ortega y Reyes (2013).

Ámbito Ecológico – Territorial

En este ámbito, se puede detallar que la parroquia se encuentra a una altitud que varía entre 3160 y 6210 metros sobre el nivel del mar. Su proximidad al nevado Chimborazo le otorga un clima frío, con una temperatura promedio que oscila entre 12 y 16 grados centígrados, y una humedad relativa del 55%. La mayor parte del territorio de la parroquia se compone de bosque húmedo montano, cubriendo un área de 10248.70 hectáreas, lo que representa el 46% de la superficie total. Le sigue el bosque muy húmedo montano, que abarca el 25% del área total, con 5537.50 hectáreas. Además, la parroquia incluye aproximadamente 9.38 hectáreas de páramo y otras áreas con una gran diversidad de flora. Respecto a la fauna, en las comunidades se crían una variedad de animales domésticos, como vacas, ovejas, cuyes, gallinas, y otros. En los ríos de la zona, se pueden encontrar truchas, que también se crían en

estanques. En las zonas de páramo y en áreas no habitadas, existen varios animales nativos, como lobos, venados, conejos silvestres, entre otros, además de una rica diversidad de animales anfibios y otros tipos.

Ámbito Socio – Cultural

La parroquia de San Juan alberga una población aproximada de 8,621 habitantes, que incluye una diversidad de géneros y grupos etarios, como se registró en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010). Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de San Juan (2019), el 88.6% de la población se autoidentifica como indígena, mientras que el 10.3% se considera mestizo, y el restante 1.1% pertenece a otras etnias. Las comunidades en su mayoría son bilingües, con el kichwa y el español como los idiomas más utilizados. Este bilingüismo es un reflejo de la riqueza cultural y de la herencia que se vive en la parroquia. En cuanto a la vestimenta tradicional, la población indígena de la parroquia San Juan se adhiere a las prendas originales de la cultura puruhá. Las mujeres suelen llevar un anaco negro, una faja colorida, alpargatas, blusas bordadas, bayetas de lana de borrego u orlón, sombrero blanco y accesorios como guashcas. Por otro lado, los hombres visten con un poncho de lana u orlón, pantalón de tela, sombrero y alpargatas. No obstante, es importante señalar que esta vestimenta tradicional está experimentando un declive, especialmente entre los jóvenes, que tienden a preferir prendas urbanas influenciadas por las tendencias de moda.

Ámbito Político - Administrativo

En lo que respecta a este ámbito, la parroquia San Juan se caracteriza por una estructura organizativa que abarca varios niveles. En la esfera del gobierno parroquial, se encuentra un nivel de gestión, encabezado por el presidente, seguido por el nivel legislativo y de fiscalización, que comprende comisiones presididas por los vocales elegidos. Asimismo, el nivel administrativo está bajo la dirección de la secretaría y otros funcionarios. Un nivel adicional es el de apoyo, integrado por el personal de la unidad de planificación. Además, existe un nivel de participación y veeduría ciudadana en el cual las comunidades desempeñan un papel activo a través de un consejo de participación ciudadana. Esta estructura organizativa es fundamental para la gestión de los recursos económicos de participación ciudadana y la generación de proyectos en diversas áreas, incluido el turismo.

Según las observaciones de Ati Abraham, presidente del GAD Parroquial de San Juan (2023), se identifican falencias en las organizaciones comunitarias relacionadas con el turismo comunitario. Estas debilidades se deben, en gran medida, a problemas de continuidad en la representación. Con frecuencia, los proyectos turísticos se estancan debido a cambios en las directivas, lo que dificulta la continuidad de las iniciativas. Las diferencias internas y la falta de interés por parte de los nuevos líderes en el ámbito turístico pueden ser obstáculos significativos para la concreción de una red de turismo comunitario en la que exista un compromiso constante de participación. Estos desafíos señalan la importancia de abordar la gestión de la continuidad y el compromiso de liderazgo en las organizaciones comunitarias que se dedican al turismo.

Ámbito Económico – Productivo Turístico

Dentro de este ámbito es importante destacar que la parroquia San Juan ofrece una oportunidad significativa para la promoción de un desarrollo local sostenible. Esta parroquia se distingue por su valiosa diversidad natural y cultural, la cual puede ser un factor clave para la integración exitosa del turismo con otras actividades económicas y productivas.

Durante la recopilación de datos, se identificó que diez comunidades presentan un potencial turístico a nivel comunitario. Según la entrevista concedida por el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Juan; Abram Ati (2023), con la intención de consolidar y fortalecer las actividades y servicios turísticos en la región, se plantea la creación de una Red de Turismo Comunitario en estas comunidades: Santa Isabel, Chimborazo, Coop. Santa Teresita, Tambohuasha, La Delicia, Capilla Loma, Piscicaz, Calerita Shobolpamba, Calera Grande y Pomaló.

Tabla 10: Actividades turísticas de la parroquia San Juan

COMUNIDADES	ACTIVIDADES TURISTICAS COMUNITARIAS
Chimborazo	Centro de hospedaje Senderos
Santa Isabel	Quesería para la producción de productos lácteos artesanales. Áreas verdes
Coop. Santa Teresita	Cuartel de los incas Agua de Guitig Senderos Artesanías
Tambohuasha	Infraestructura para Turismo vivencial Zona de camping Museo Artesanías
La Delicia	Ruta ciclista Mirador natural Artesanías
Capilla loma	Mirador Natural Senderos de bicicletas y caminata Estadio deportivo
Piscicaz	Piscinas de truchas (área pequeña) Zona comunal para turismo vivencial Mirador Senderos
Calerita Shobolpamba	Sendero y mirador al cerro Shobollurku Instalaciones para hospedaje
Calera grande Pomaló	Infraestructura para hospedaje Estadio Senderos para cabalgatas, bicicleta y caminata Páramo comunitario

Fuente: Recopilación de información

Realizado por: Micaela Carvajal

Tabla 11: Diagnostico Alcanzado del Estudio

COMUNIDAD	LO QUE QUIERE	LO QUE NECESITA
Chimborazo	Glamping en el paramo Bicicleta Capital semilla Mirador y cafetería paramo	Operación turística Capacitación Readecuación de las instalaciones Implementación de los senderos Señalética turística Capital semilla Marketing
Santa Isabel	Proyecto de piscinas para reactivación del turismo Readecuación de sus instalaciones Camioneta para transporte de leche	Reactivación de la quesería Reactivación de la producción de truchas Complejo turístico (zonas verdes, pesca deportiva, etc.) Capacitación Operación turística Marketing
Coop. Santa Teresita	Señalética Operación turística Venta de artesanías Cabañas, baños y parqueadero en el cuartel de los incas Embotellar agua (tiene permiso)	Operación turística Capacitación Señalética Paquetes turísticos Mejoramiento senderos y acoplamiento de instalaciones básicas en el cuartel de los incas
Tambohuasha	Adicionar hospedaje Realizar baños Mejorar cafetera Venta artesanía Realizar senderos	Readecuación de la infraestructura comunitaria Operación turística Capacitación Paquetes turísticos Creación de la ruta del hielero Baltazar
La Delicia	Señalética turística Evento ciclístico Venta de artesanía Realización de un mirador	señalética turística Capacitación Operación turística Logística turística Logística para evento ciclístico Paquete turístico full Day
Capilla loma	Señalética turística Cabañas y mirador Desean pedir un bosque a comodato al colegio san juan para implementar pesca de bici o moto cros	Eventos deportivos frecuentes Realización de pista para ciclismo Operación turística Capacitación Adecuación de un mirador natural
Piscicaz	Readecuación de la producción de truchas Mirador y cabañas Complejo deportivo Señalética de senderos Venta de artesanías	Readecuación de la infraestructura Mejoramiento del mirador Señalética de senderos Operación turística
Calerita Shobolpamba	Cerramiento del mirador Realización de un mirador y cabañas	Mirador y cabaña agroturística (una vez que se tenga la legalidad del predio) Señalética turística a senderos shobolurku

	Readecuación de las aulas educativas para hospedaje comunal	Operación turística Gestión y administración turística Capacitaciones Capital semilla
Calera grande Pomaló	Reactivación de la empresa de costura Cabalgata deportiva Cafetería, alojamiento y venta de artesanía Rutas turísticas Adecuación de senderos y señalética	Acoplamiento de zona de hospedaje, cafetería y artesanía en la casa barrial Señalética de senderos Fortalecimiento de cabalgata deportivas Operación turística Capacitación Gestión en implementación de empresa de costura

Fuente: Recopilación de información

Realizado por: Micaela Carvajal

PARTE III: INSTRUCTIVO PARA EVALUACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Este instructivo conlleva una secuencia de pasos que permitirá desarrollar una evaluación de los productos turísticos comunitarios de la parroquia San Juan. Los cuales de manera general se describen a continuación:

1	DEFINIR LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Los criterios de evaluación son los estándares que se utilizarán para valorar los productos turísticos comunitarios en el contexto de los mercados específicos. Estos criterios deben ser definidos y seleccionados para garantizar que la evaluación sea integral y útil. A continuación, se detallan los principales criterios a considerar:</p>	
<h2 style="margin: 0;">Atractivos turísticos</h2>	
<p>Este criterio se centra en la accesibilidad de los turistas a los productos turísticos naturales. Esto implica evaluar factores como la infraestructura disponible, la accesibilidad de las rutas, la efectividad de la señalización y la seguridad en el desplazamiento de los visitantes en la zona. Además, este criterio también considera la participación genuina de la comunidad local y la autenticidad de las experiencias ofrecidas. La evaluación se encarga de verificar si los productos turísticos reflejan y respetan la cultura, las costumbres y el patrimonio local.</p>	
<h2 style="margin: 0;">Calidad</h2>	
<p>Este criterio se refiere a la excelencia en la prestación de servicios, la infraestructura, la atención al cliente y otros aspectos relacionados con la calidad general de la experiencia</p>	

turística. Evaluar la calidad implica observar si los productos cumplen con los estándares de servicio esperados y proporcionan una experiencia satisfactoria.

Sostenibilidad y experiencias turísticas ofrecidas

Este criterio se centra en dos aspectos cruciales para la evaluación de productos turísticos comunitarios. Se refiere tanto a la diversidad y calidad de las experiencias proporcionadas a los visitantes, que pueden incluir aspectos como la variedad de actividades, la autenticidad de las interacciones culturales, la calidad de la gastronomía local, las opciones de alojamiento, entre otros. La evaluación tiene como objetivo determinar si los productos ofrecen experiencias enriquecedoras y memorables, y si, al mismo tiempo, son sostenibles y promueven prácticas responsables que contribuyan a la conservación del entorno natural y al bienestar de la comunidad local.

Relevancia para los Mercados Específicos

Los criterios de evaluación deben ser específicos y pertinentes para los mercados a los que se destinan los productos turísticos. Esto implica tener en cuenta las preferencias y necesidades particulares de cada mercado objetivo. La evaluación debe garantizar que los productos sean atractivos y relevantes para los segmentos de visitantes específicos.

2

ESPECIFICAR LOS INDICADORES Y ESCALAS DE MEDICIÓN

Este paso es esencial para darle sustancia a los criterios de evaluación previamente definidos. Los indicadores son herramientas concretas y específicas que ayudan a medir o calificar cada uno de los criterios de evaluación. Los indicadores deben ser diseñados de manera precisa y ajustarse a los aspectos clave que se desean evaluar en relación con un criterio particular, en la Tabla 12 se indica un modelo a considerar, pero este tiene que ser adaptado a cada producto turístico comunitario.

Tabla 12: Criterios e indicadores de evaluación

CRITERIO	INDICADORES	DESCRIPCION
Accesibilidad a los atractivos turísticos naturales	Rutas y vías de acceso	Se debe verificar la disponibilidad y facilidad de acceso a los productos turísticos mediante rutas y caminos.
	Señalización	Es necesario evaluar la claridad de la señalización en el área, incluyendo señales de tráfico, carteles informativos y mapas.
	Transporte	Se debe considerar la disponibilidad de transporte para los visitantes, así como las tarifas de estos.

	Seguridad	Es importante evaluar la seguridad de las rutas y caminos frecuentados por los turistas, considerando aspectos como la presencia de personal de seguridad, las medidas de prevención de los accesos a los sitios turísticos, así como el estado de mantenimiento de estas áreas.
Calidad	Satisfacción del cliente	Hay que medir la satisfacción general de los turistas con respecto a su experiencia de su visita.
	Limpieza (Restaurantes, Hospedaje, Espacios públicos)	Inspeccionar la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones y áreas comunes, como baños, habitaciones, restaurantes, etc.
	Infraestructura turística	Evaluar el estado de las estructuras utilizados para actividades turísticas para implementar mantenimientos preventivos.
	Eficiencia del personal	Medir la eficiencia, competencia, la puntualidad y el trato del personal en la prestación de servicios, como guías turísticos locales, cocineros/as, etc.
Sostenibilidad y experiencias turísticas ofrecidas	Variedad de actividades	Evaluar la diversidad de actividades disponibles para los turistas.
	Autenticidad de las interacciones culturales	Medir la autenticidad de las experiencias culturales ofrecidas a los visitantes.
	Gastronomía local	Evaluar la calidad de la comida y bebida típica de la comunidad.
	Alojamiento	Analizar la variedad y calidad de las opciones de alojamiento disponibles.
	Manejo de recursos naturales	Evaluar cómo se gestionan y conservan los recursos naturales en la prestación de servicios turísticos comunitarios.
	Información enriquecida turística	Es esencial disponer de un centro de información y asegurar que la información brindada por los guías turísticos locales sea enriquecedora para los visitantes, además de atender sus preguntas e inquietudes de manera adecuada.
Relevancia para Mercados Específicos	Preferencias y necesidades de los turistas	Evaluar cómo los productos satisfacen las preferencias y necesidades de los mercados a los que se destinan.
	Atractivo para segmentos de visitantes específicos	Determinar si los productos son atractivos y pertinentes para los segmentos de visitantes específicos a través de la retroalimentación y análisis de mercado.

Realizado por: Micaela Carvajal

En la Tabla 13 se presenta los criterios a considerar para evaluar los productos turísticos comunitarios, las cuales pueden ser adaptadas a la realidad y expectativa de cada sector, con intervalo de calificación de 1 a 5, representadas por estrellas.

Tabla 13: Ficha de evaluación

Rango	Valoración	Interpretación
1	★	Deficiente
2	★ ★	Regular
3	★ ★ ★	bueno
4	★ ★ ★ ★	Muy bueno
5	★ ★ ★ ★ ★	Excelente

CRITERIO	INDICADORES	1	2	3	4	5
Accesibilidad a los atractivos turísticos naturales	<i>Rutas y vías de acceso</i>					
	<i>Señalización</i>					
	<i>Transporte</i>					
	<i>Seguridad</i>					
Calidad	<i>Satisfacción del cliente</i>					
	<i>Limpieza (Restaurantes, Hospedaje, Espacios públicos)</i>					
	<i>Infraestructura turística</i>					
Sostenibilidad y experiencias turísticas ofrecidas	<i>Eficiencia del personal</i>					
	<i>Variación de actividades</i>					
	<i>Autenticidad de las interacciones culturales</i>					
	<i>Gastronomía local</i>					
	<i>Alojamiento</i>					
Relevancia para Mercados Específicos	<i>Manejo de recursos naturales</i>					
	<i>Información enriquecida turística</i>					
	<i>Preferencias y necesidades de los turistas</i>					
	<i>Atractivo para segmentos de visitantes específicos</i>					

Realizado por: Micaela Carvajal

3

IMPLEMENTAR LA EVALUACIÓN A CADA PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO

En esta etapa, la evaluación debe llevarse a cabo por los evaluadores, ya sean internos o externos, manteniendo en todo momento la objetividad para asegurar la recopilación de información confiable. Para proceder con el proceso de evaluación de los productos turísticos comunitarios, se debe establecer la documentación requerida, que incluye:

✓ **Listas de Verificación:**

Se proporcionarán listas de verificación detalladas que enumeren los criterios de evaluación y los indicadores que deben tenerse en cuenta durante la inspección. En caso de utilizar un sistema de puntuación, se brindará una guía clara para que los evaluadores comprendan cómo asignar puntuaciones a los productos evaluados.

✓ **Formularios de Encuestas:**

Los evaluadores utilizarán formularios de encuestas estructuradas para recopilar datos relativos a la calidad, autenticidad, accesibilidad, sostenibilidad y experiencias ofrecidas por los productos turísticos.

✓ **Documentación Fotográfica:**

Es esencial que los evaluadores tomen fotografías como respaldo de sus observaciones, lo que proporcionará evidencia visual de las condiciones, infraestructura y servicios evaluados.

✓ **Registros de observación:**

Se espera que los evaluadores mantengan registros detallados de sus observaciones, incluyendo interacciones con la comunidad local y prestadores de servicios, así como cualquier comentario relevante.

Además de definir la documentación necesaria, es crucial especificar las responsabilidades de los evaluadores durante el proceso de evaluación. Esto incluye la interacción con la comunidad y los operadores turísticos, el registro preciso de observaciones y el mantenimiento estricto de la confidencialidad de toda la información recopilada.

4

ANÁLIZAR RESULTADOS

Una vez que la evaluación está completa, es fundamental abordar los datos recopilados. Estos datos son esenciales para la identificación de áreas de mejora y la definición de acciones concretas. Los datos recopilados deben registrarse en una base de datos digital, ya sea a través de formularios en línea o mediante la entrada manual de encuestas impresas.

En esta etapa, es necesario realizar un análisis detallado y una síntesis de los datos. Esto implica extraer información clave, identificar tendencias, patrones y áreas críticas que requieran atención. Los resultados deben ser tabulados y analizados rigurosamente con fin de obtener una comprensión verídica de la situación de las actividades turísticas frente al mercado turístico. Este proceso proporciona una base sólida para las recomendaciones subsiguientes. La comunicación de los resultados debe ser un proceso transparente y

eficiente. Se debe establecer un diálogo constante con las partes interesadas involucradas, como las comunidades locales, los operadores turísticos y las autoridades de turismo. La comunicación efectiva es esencial para garantizar que todas las partes comprendan plenamente los resultados y estén dispuestas a colaborar en la implementación de mejoras.

5 IMPLEMENTAR MEJORAS

En esta etapa se aplicarán las recomendaciones resultantes de la evaluación para realizar cambios y mejoras en los productos turísticos comunitarios de la parroquia San Juan. Este proceso puede involucrar la participación activa de las comunidades locales, los operadores turísticos y las autoridades para el beneficio del turismo comunitario en la localidad.

En esta quinta fase, se debe implementar las respectivas mejoras en función a los resultados encontrados y que debe ser evidenciado en un informe general. Este instructivo debe ser implementado de manera regular, siguiendo una filosofía de evaluación y mejora continua en pro del turismo comunitario.

BIBLIOGRAFÍA

- Westreicher, G. (2020). *Encuesta*. s.c.: Econopedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>
- Arias, F. (2012). *Proyecto de investigación: introducción a la metodología cinética (5° ed.)*. Caracas: Espítome. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5768/576861156005/html/#redalyc_576861156005_ref20
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La Investigación Científica*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Benavides Guano, J. K. (2021). *Importancia de un plan de desarrollo turístico en la planificación de actividades turísticas del recinto Chipe del cantón Valencia, año 2021*. Quevedo: Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11113/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000350.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas. Obtenido de http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacioturistico-roberto-c-ballon.pdf
- Cejas, M. (2017). *Metodología de la Investigación Científica*. Latacunga: Universidad de las Fuerzas Armadas de Ecuador. Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-las-fuerzas-armadas-de-ecuador/metodologia-de-la-investigacion/cejas-magda-metodologiaa/16379613>
- Cirujano, M. M. (2016). *Deloitte*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/gt/es/pages/consumer-business/articles/reactivacion-del-turismo.html>
- Cortez Valencia, J. S. (2019). *MERCADO TURÍSTICO Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LAS ACTIVIDADES DE OCIO Y RECREACIÓN DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5461/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0013.pdf>
- Cristobál Reali. (s.f.). *Hotelmize*. Obtenido de TODOS LOS TIPOS DE TURISMO QUE EXISTEN SEGÚN COHEN, OMT, MOTIVACIÓN Y TIPO: <https://www.hotelmize.com/es/blog/todos-los-tipos-de-turismo-que-existen-segun-cohen-omt-motivacion-y-tipo/>
- Dirección de Gestión de Turismo GAD Riobamba. (2022). Obtenido de Festividades Parroquia San Juan: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/fiestas-tradicionales/festividades-parroquia-san-juan-aac23n3mj>

- Duque, M. A., Tuapanta, J. V., & Mena, A. P. (2018). ALFA DE CRONBACH PARA VALIDAR UN CUESTIONARIO DE USO DE TIC EN DOCENTES UNIVERSITARIOS. *mktDESCUBRE11*, 1(10), 37 - 48.
- Ferreira Lopes, S. D., Rial Boubeta, A. &, & Jesús. (2010). *Segmentación post hoc del mercado turístico español. Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 19, núm. 5, 592-606. s.c.: s.e. Obtenido de [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8704/1/7.-Amagua%C3%B1a%20Arredondo.%20A%20%282022%29%20La%20innovaci%C3%B3n%20en%20el%20Turismo%20Comunitario%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20local%20en%20la%20parroquia%20rural%20Santiago%20de%20Calpi%](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8704/1/7.-Amagua%C3%B1a%20Arredondo.%20A%20%282022%29%20La%20innovaci%C3%B3n%20en%20el%20Turismo%20Comunitario%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20local%20en%20la%20parroquia%20rural%20Santiago%20de%20Calpi%20)
- FIPCAEC. (Junio de 2021). *FIPCAEC*. Obtenido de La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica: En las últimas décadas el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a actividades económicas tradicionales. La generación de divisas y el crecimiento económico basado en «nuevos
- Francisco Orgaz Agüera. (18 de Mayo de 2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo*. Obtenido de Un estudio de caso: <https://redalyc.org/jatsRepo/1934/193449985009/html/index.html>
- GAD Parroquial San Juan. (2019). *HISTORIA DE SAN JUAN*. Riobamba: s.e. Obtenido de <https://gadsanjuanchimborazo.gob.ec/historia>
- GAD Parroquial San Juan. (2019). *INFORMACIÓN GEOGRÁFICA*. Obtenido de <https://gadsanjuanchimborazo.gob.ec/geografia>
- Gad Parroquial San Juan. (2019). *TURISMO*. Riobamba: Gad Parroquial San Juan. Obtenido de <https://gadsanjuanchimborazo.gob.ec/turismo>
- GAD Parroquial San Juan. (2019). *TURISMO*. Obtenido de <https://gadsanjuanchimborazo.gob.ec/turismo>
- García, A. (2012). <http://sedici.unlp.edu.ar>. s.c.: s.e. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Gómez García, M. S., & Sequeira Narváez, M. d. (2015). *Estudio del Comportamiento del Consumidor*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/3924/1/3084.pdf>
- Gómez, L. (20 de 05 de 2023). *Lapor LifeStyle*. Obtenido de Tipos de turismo según la OMT: una guía completa: https://iapor.donsabores.com/tipos-de-turismo-segun-la-omt-una-guia-completa/#Tipos_de_turismo_seg%C3%BAAn_la_OMT
- GoRaymi International TouristicPlatform. (2022). *Parroquias de Riobamba*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/riobamba/mapas/parroquias-riobamba-ahholvemu#:~:text=Parroquias%20urbanas%20de%20Riobamba%201%20Maldon>

ado%20La%20parroquia,Lizarzaburu%20...%204%20Velasco%20...%205%20Yar
uqu%C3%ADEs%20

- Guamán Cepeda, B. S. (2022). *GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO EN LAS COMUNIDADES INDÍGENAS EN PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9508/1/Guam%20Cepeda%20B.%202022%29%20Gesti%20Tur%20adstica%20y%20Desarroll%20en%20las%20Comunidades%20Ind%20adgenas%20en%20parroquia%20San%20Juan%20cant%20Riobamba..pdf>
- Guerra, B. d., González, A., Benítez, J., & Sánchez, A. (2018). CARACTERIZACIÓN, MOTIVACIONES E INTERESES DE LOS MILLENNIALS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO. UNA GENERACIÓN CONECTADA. *CONGRESO INTERNACIONAL DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES* (págs. 148-165). Las Palmas, España: Servicio de Publicaciones y Difusión Científica de la ULPGC.
- Gutiérrez, M., & Narváez, M. (2015). Lineamientos estratégicos para el desarrollo competitivo del sector turístico en Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, XXI(3), 416-428.
- Hernandez , Fernandez, & Baptista. (2001). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Editorial Mc Graw Hill. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>
- Hernández Ávila , C., & Carpio , N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista ALERTA*, 2(1), 75-79. doi:: 10.5377/alerta.v2i1.7535
- Hernández Lalinde, J. D., Espinosa Castro, F., Rodríguez, J. E., Chacón Rangel, J. G., Toloza Sierra, C. A., Arenas Torrado, M. K., . . . Bermúdez Pirela, V. J. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 37(5), 587-601.
- Hernández Sampieri, R., Pilar Baptista , L., & Fernández Collado, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, G. (2017). *Método Analítico*. Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf
- INEC. (2010). *Población y Demografía*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jiménez, E., Delfín , J., Ferrer, L., Acosté, M., García , L., Valenzuela, J., & Lucero, B. (2009). *Algunas consideraciones sobre el Método de Investigación Hipotético-Deductivo en la Enseñanza de la Ingeniería*. Sonora, Mexico: Universidad La Salle Noroeste. Artículo del Centro de Aplicación y Desarrollo de Tecnología de la

- Universidad Tecnológica del Sur de Sonora. Obtenido de https://somim.org.mx/memorias/memorias2009/pdfs/A2/A2_180.pdf
- Kotler , P., & Armstrong , G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Kotler, P. (1998). *Marketing Places y Tourism Marketing for Cities and Towns*. s.c.: s.e. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/283088942_Tourism_Marketing_for_Cities_and_Towns
- Malca, S. V. (2017). *LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LA LECHE Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONOMICO DE LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTON RIOBAMBA PERIODO 2015*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4466/1/UNACH-FCP-DER-2017-0054.pdf>
- María Ramírez. (25 de 07 de 2022). *EcVerde*. Obtenido de <https://economiecircularverde.com/que-es-el-turismo-comunitario/>
- Martos , M., & Pulidos , J. I. (2011). . *Restos para la gestión turística de destinos urbanos culturales. Hacia un marco estratégico para la intervención en materia de turismo urbano cultural en España*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v26n59/v26n59a12.pdf>
- Mejía Andrade, C. I. (2021). *TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8951/1/Mej%C3%ada%20Andrade%2c%20C.%282022%29%20Turismo%20creativo%20y%20actividades%20tur%3%adsticas%20en%20el%20Centro%20Hist%3%b3rico%20del%20Cant%3%b3n%20Riobamba%2c%20Provincia%20de%20Chimborazo..pdf>
- Meneses, J. (2017). *El Cuestionario*. Editorial Universidad Abierta de Catalunya. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Milán, M. G., Lopez, T., & Agudo, E. (2006). *El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba*. España: Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa:. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6651/1/07%20PROYECTO-DE-INVESTIGACION-CHORRERA-MIRADOR-2020-convertido.pdf>
- Ministerio de Turismo. (26 de Mayo de 2015). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>

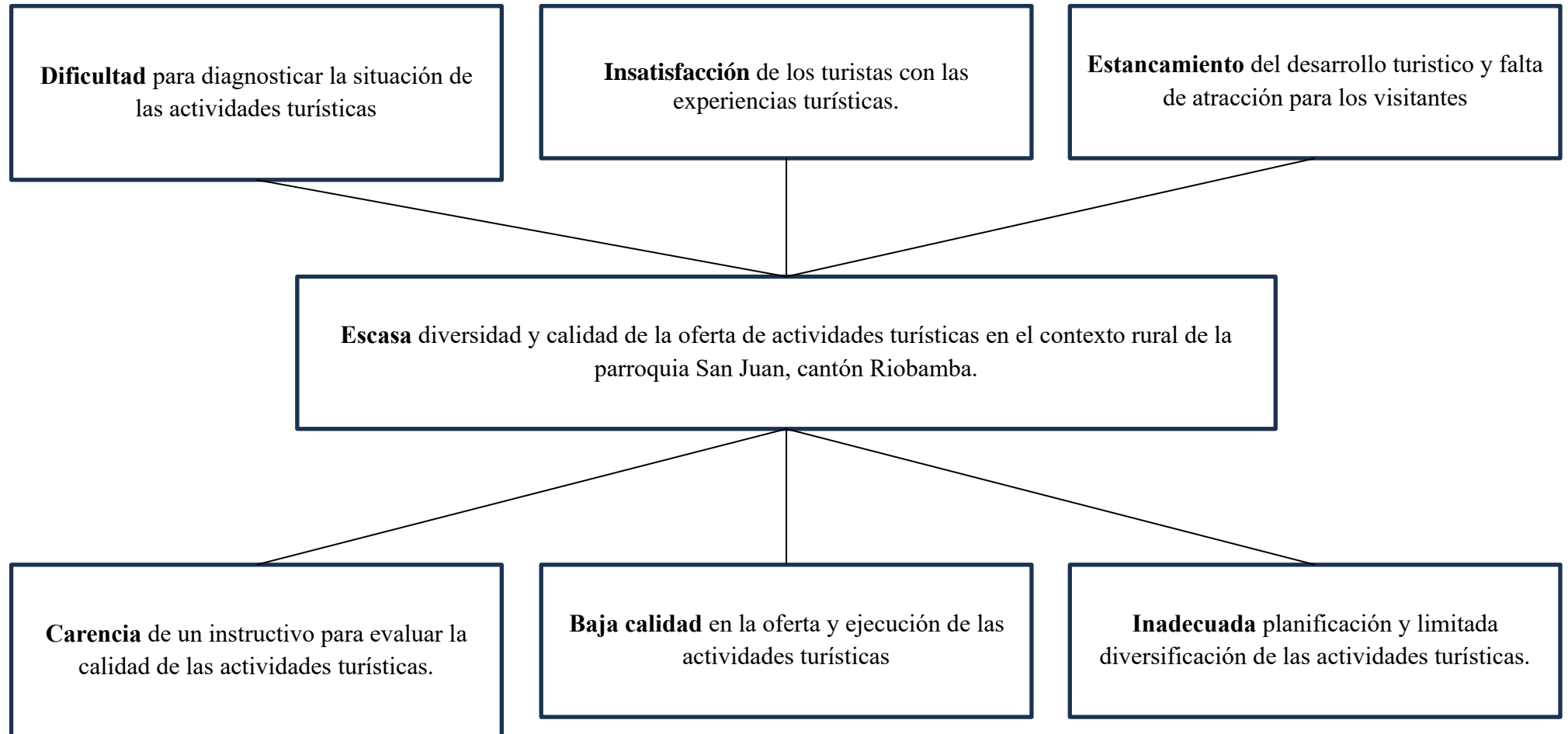
- MINTUR - Ministerio de Turismo de Ecuador. (2007). *PLANDETUR 2020*. s.c.: Biblioteca Institucional. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-TurismoComunitarioComoEstrategiaParaElDesarrolloLo-8219298.pdf>
- Miño, M., & Cajas, C. (2020). EVALUACIÓN TURÍSTICA DEL RECINTO DE PUERTO HONDO, ECUADOR. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(2), 147–156. Obtenido de <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1992>
- Monteferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. s.c: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Obtenido de https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6574
- Morales, A. (2003). *Fundamentos de la Investigación Documental y la Monografía*. s.c.: Departamento de Investigación Facultad de Odontología. Obtenido de <http://www.webdelprofesor.ula.ve/odontologia/oscarula/publicaciones/articulo18.pdf>
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencia*, 135-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Mullo Romero, E. d., Vera Pena , V. M., & Guillen Herrera , S. R. (2019). *El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias*. s.c.: Universidad y Sociedad. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1175/1224>
- Ocaña Morales, J. M. (2014). *Sistema de estrategias comunicacionales para el posicionamiento institucional de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales del cantón Riobamba*. Ambato: s.e. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8024/1/20T00956.pdf>
- Organización Mundial De Turismo. (2016). *UNWTO*. s.c: s.e. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5461/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0013.pdf>
- Organización Mundial del Turismo UNWTO. (1994). *Sistema Turístico*. s.c: s.e. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2017/03/01/que-es-el-mercado-turistico/#:~:text=Se%20define%20como%20mercado%20tur%20C3%ADstico,motivada%20en%20adquirirlos%20o%20disfrutarlos>.
- Ortega, A. F., & Reyes, M. V. (2013). Propuesta metodológica de evaluación del turismo comunitario, caso de estudio en Arajuno, Pastaza. *Evaluación del Turismo Comunitario*, 89-103.
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *ev.colomb.psiquiater*, 572-580.
- PDOT San Juan. (2019). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDEMANIENTO TERRITORIAL*. Riobamba: Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la Parroquia San Juan. Obtenido de https://gadsanjuanchimborazo.gob.ec/reports/pdot_2021.pdf

- PDyOT parroquial Calpi. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi 2015-2025*. Riobamba: Gobierno Autónomo Parroquial de Rumicruz. Obtenido de https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/066082180001_Calpi%20ultimo%20_30-10-2015_21-08-14.pdf
- Planetofhotels. (s.f.). *Dream Garden Lodge*. Obtenido de <https://planetofhotels.com/es/ecuador/san-juan/dream-garden-lodge-3841376>
- Prieto Castellanos, B. J. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>
- Rodríguez Jiménez, Á., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Artemisa: Universidad de Artemisa. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodríguez, M. V. (2010). *Diseño de una ruta turística para interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el Estado Delta Amacuro, Venezuela*. Caracas: Universidad de la Habana. Obtenido de https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html#:~:text=La%20actividad%20tur%C3%ADstica%20comprende%20el,de%20medios%20de%20transporte%2C%20alojamiento.
- Ruiz Ballesteros, E., & Carrión, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. s.c.: s.e. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8585/1/7.-TESIS%20Alfredo%20Javier%20Aucancela%20Vargas.-DP-MDL.pdf>
- Ruiz Callejas, J. M. (s.f.). *Glorario de términos de uso frecuente en la investigación*. México: Universidad de Colima. Obtenido de https://recursos.ucol.mx/tesis/glosario_terminos_investigacion.php?letter=M#:~:text=M%C3%89TODO%20HIPOT%C3%89TICO%20DEDUCTIVO%3A,vez%20son%20sometidas%20a%20verificaci%C3%B3n.
- Ruiz, E., & Carrión, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. s.c.: s.e. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8585/1/7.-TESIS%20Alfredo%20Javier%20Aucancela%20Vargas.-DP-MDL.pdf>
- Sandoval Jiménez, S. I. (2018). *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL AUTOESTIMMA COMUNITARIA: EXPERIENCIA DEL CASO JATUN JUIGUA, CANTÓN PUJILÉ*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27535/1/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACI%C3%93N_%20SANDOVAL%20IVETTE.pdf

- Santa, H., & Martins, G. (2010). *Estudios de campo. Una nueva perspectiva*. Ediciones. Ruiz. Colombo. Obtenido de <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>
- Sernatur. (2018). *MANUAL DE DISEÑO Experiencias Turísticas*. Obtenido de <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/MDD-Manual-de-Experiencias-Turi%CC%81sticas-1.pdf>
- Socатели P, M. A. (2013). *Mercadeo al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. s.c.: Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Tamayo y Tamayo. (2012). *El proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa Noriega Editores. 4ta Edición. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5768/576861156005/html/#redalyc_576861156005_ref20
- Tuapanta Dacto, J. V., Duque Vaca, M. A., & Mena Reinoso, A. P. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. *mktDescubre*, 37 - 48. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>
- unwto. (s.f.). Obtenido de World Tourism Organization: <https://www.unwto.org/es/turismo>
- UNWTO. (s.f.). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20inter%C3%A9s%20que%20representa%20la>
- Viajando X. (2023). *Bosque Polylepis del Chimborazo*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/riobamba/bosque-polylepis-chimborazo-A3324>
- Wiese. (28 de Septiembre de 2022). *¿Qué es el turismo comunitario y qué son emprendimientos sostenibles?* Obtenido de Fundacion Wiese: <https://www.fundacionwiese.org/blog/es/que-es-el-turismo-comunitario-y-que-son-emprendimientos-sostenibles/>
- Zeithaml, V., & Bitner, , M. J. (1996). *Services Marketing*. s.c.: McGraw-Hill. Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v3n2-2010/RIAF-V3N2-2010-5.pdf>
- Zhao, L., Cao, G., & Liu, M. (2009). *The Reconfiguration of Tourism Value Chain Based on E-Commerce. 2009 International Conference on Management of e-Commerce and e-Government*. s.c.: IEE Computer Society: 522-525. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/818/81843213012/html/>

7. ANEXOS

7.1. Anexo 1: Árbol de Problemas



7.2. Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENCIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS/FUENTES DE VERIFICACION
Mercado turístico	Demanda	Importancia del turismo	Encuesta a prestadores de servicios turísticos y encuesta a turistas externos
		Expectativas	
		Números visitantes	
		Nivel de Satisfacción	
	Oferta	Números de ofertas turísticas	
		Valor de Ingresos económicos	
		Canales de Promoción	
	Industria Turística	Existencia de cadenas de valor	
		Relevancia de Agentes privados turísticos	
Número de agentes de turísticos comunitarios			
Destinos turísticos	Valoración de recurso tangibles e intangibles	Valoración de la Identidad cultural local	
		Calidad de la Infraestructura y Equipamiento	
		Calidad de Servicios turísticos	
		Calidad de Información turística	

Realizado por: Micaela Carvajal

7.3. Anexo 3: Guía de Entrevista



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

GUIÓN DE ENTREVISTA	
Objetivo: El siguiente estudio tiene como propósito analizar el mercado turístico y sus efectos en las actividades turísticas del contexto rural comunitario parroquia San Juan, cantón Riobamba.	
Lugar y Fecha:	Parroquia San Juan, 24 de Julio
Duración:	
Realizado por:	Micaela Manserotti Carvajal Aldaz
DATOS ENTREVISTADO	
Nombre:	Abraham Ati
Institución:	GAD Parroquial de San Juan
Cargo:	Presidente de la junta
Email:	atiabraham7@gmail.com
PREGUNTAS	
1. ¿Cómo calificaría la actividad turística en la parroquia San Juan ?	
El tema de turismo de acuerdo a lo que conocemos - alto potencial - atractivos potencial lo debió organización - comité de turismo	
2. En los últimos años ha existido un aumento o disminución de las actividades turísticas en la parroquia de San Juan? ¿Causas?	
comité de turismo - aumento poco - organizaciones en oferta de turismo - no se maneja como se debe	
3. ¿Disponen de un registro de las actividades turísticas disponibles en la parroquia de San Juan? ¿Cuántas actividades existen?	
comité catastro de Alojamiento - alimentos y bebidas, si 6 guías municipio - turismo deportivo - camping - escalada - fútbol - comunitario - municipal con concesiones - fundaciones no registro actividades - permiso de actividades chimborazo - entiendo - gito - atletismo (carrera de Chimborazo)	
4. ¿Disponen de un registro de los prestadores de servicio turístico en la parroquia de San Juan? ¿Cuántas actividades existen?	
catastro	
5. ¿Existe algún estudio de mercado turístico que permita definir/establecer las	



actividades/productos turísticos según la demanda?
no hay estudio - Análisis de patrimonio del turismo o nivel parroquial
6. A su criterio ¿Qué se requiere para potenciar el turismo en la parroquia San Juan?
organizacional - implementar un modelo de gestión - personal fijo (tiempo establecido) vias - mejoramiento
7. ¿Como GAD Parroquial que acciones han tomado en relación al turismo?
Fortalecer el comité de turismo (conformado 4 años) proyecto estrategias - integra capacitaciones. invitación Dra. Verónica Rivera. evaluaciones. comunidades comité de turismo y comunidades puercos vocal comisión de turismo Marco Vinicio Huelba
8. ¿Considera que es necesario evaluar los productos/actividades turísticas comunitarias que dispone la parroquia?
si es necesario -
9. ¿Qué tan relevante sería para la parroquia San Juan un instructivo para evaluación de productos turísticos comunitarios para mercados específicos?
importante para diagnosticar y avanzar Herramienta de trabajo.
¿Alguna recomendación/observación o sugerencia que desee aportar?
- Vías - si afecta en el turismo - ministerio de obras públicas - Infraestructura falta de presupuesto materiales - cemento chimborazo - decoración de edificios - serafitea. - - - - coordinación - visitas reales - Tema de la atención - poca información



Nota: Entrevista realizada a Abram Ati, presidente del GAD Parroquial de San Juan

7.4. Anexo 4: Oficio al presidente del GAD Parroquial de San Juan

Riobamba, 24 de julio de 2023

Sr.
Abraham Ati
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL SAN JUAN

De mi consideración,

Reciba un cordial saludo, deseándole éxitos en sus funciones, me permito solicitar comedidamente que se me facilite información relacionada con el turismo dentro de la parroquia de San Juan, con el fin de sustentar mi proyecto de investigación denominado: "Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba."

Por la favorable atención que sepa dar a mi petición anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Micaela Carvajal

MICAELA MONSERRATH CARVAJAL ALDAZ
ESTUDIANTE EGRESADA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
C.I: 1850658657
micaela.carvajal@unach.edu.ec



7.5. Anexo 5: Encuesta gestores turísticos

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS			
Formulario N°:		Fecha:	
Encuestador:			
Objetivo: El siguiente estudio tiene como propósito analizar el mercado turístico y sus efectos en las actividades turísticas del contexto rural comunitario parroquia San Juan, cantón Riobamba.			

INSTRUCCIONES:																				
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Toda la información que se derive de sus respuestas será directamente confidencial, por lo cual deben ser lo más objetivas posible; de igual forma el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. ➤ Marque con una X su respuesta ➤ La encuesta se responderá de acuerdo con una escala de Likert valorada con los siguientes criterios: (5) Totalmente de acuerdo (4) Parcialmente de acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) Parcialmente en desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo 																				
I. INFORMACION GENERAL																				
<p>Identifique su sexo</p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino </p> <p>1) Seleccione su rango de edad</p> <table style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">20-30</td> <td style="width: 20%;">31-40</td> <td style="width: 20%;">41-50</td> <td style="width: 20%;">51-60</td> <td style="width: 20%;">60 o más</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> </table> <p>2) ¿Cuál es su nivel de instrucción?</p> <table style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">Primaria</td> <td style="width: 20%;">Secundaria</td> <td style="width: 20%;">Superior</td> <td style="width: 20%;">Posgrado(Maestría)</td> <td style="width: 20%;">Doctorado</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> </table>	20-30	31-40	41-50	51-60	60 o más						Primaria	Secundaria	Superior	Posgrado(Maestría)	Doctorado					
20-30	31-40	41-50	51-60	60 o más																
Primaria	Secundaria	Superior	Posgrado(Maestría)	Doctorado																

II. RESPECTO AL MERCADO TURISTICO						
No	DESCRIPCIÓN	Totalmente en	Parcialmente en	Neutral	Parcialmente de	Totalmente de
		1	2	3	4	5

1	Los servicios turísticos en la parroquia San Juan y sus comunidades satisfacen las demandas de los turistas.					
2	En el mercado turístico de la parroquia San Juan se evidencia un alto intercambio de productos turísticos.					
3	La cadena de valor es que permite que se desglose las actividades relacionadas con un producto permitiendo así: diseñar, producir, comercializar y distribuir el producto o servicio para contribuir a un valor total del producto					
4	Las empresas privadas constituyen para la parroquia San Juan un factor clave para fomentar el mercado turístico					
5	El turismo en general ha contribuido al desarrollo económico de la parroquia San Juan					

6 Que medios utiliza para promocionar sus productos/servicios turísticos?

Redes sociales	Medios de comunicación tradicionales	Centros de información turística	Páginas web

7 ¿En promedio al mes cuantos turistas recibe?

Menos de 10	10 a 20	21 a 30	31 a 50	Más de 50

8 ¿Cuál es el rango de sus ingresos al mes?

Menos de \$100	\$100 a \$300	\$301 a \$500	\$500 a \$1000	Más de \$100

III. RESPECTO A LAS ACTIVIDADES TURISTICAS		1	2	3	4	5
9	En la parroquia de San Juan se ofertan productos/servicios turísticos innovadores a través de precios óptimos.					
10	Los atractivos turísticos en la parroquia San Juan influyen en la demanda en las visitas de los turista y por ende en la motivación de los viajeros para conocerla.					
11	La infraestructura turística en la parroquia es adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes.					
12	Existen oportunidades para diversificar su oferta de servicios turísticos en la parroquia San Juan.					

13	El nivel de participación de las comunidades en el desarrollo y gestión de las actividades turísticas locales son factores estratégicos para incrementar el turismo en la parroquia.										
14	Los servicios ofertados en la parroquia se consideran adecuados conllevando a garantizar una alta calidad.										
<p>15 La calidad de sus productos/servicios turísticos están basados en normas o estándares de calidad?</p> <p>SI () No ()</p>											
<p>16 ¿Conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan y sus alrededores? ¿Cuántos conoce?</p> <p>Sí, Todo Si, casi todo Si, muy poco Casi nada No, nada</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 20%; height: 20px;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> </table>											
<p>17 ¿Conoce la historia/cultura/tradiciones/fiestas/ que posee la parroquia San Juan y sus comunidades?</p> <p>Sí, Todo Si, casi todo Si, muy poco Casi nada No, nada</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 20%; height: 20px;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> </table>											
<p>18 ¿Posee algún tipo de certificación que le abalice como guía/gestor turístico?</p> <p>SI () No ()</p>											



Nota: Encuesta realizada las gestoras turísticas comunitarias de la parroquia de San Juan

7.6. Anexo 6: Encuesta a turistas visitantes

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

El siguiente estudio tiene como propósito analizar el mercado turístico y su influencia en las actividades turísticas en el contexto rural comunitario parroquia San Juan, cantón Riobamba.

Instrucciones:

Por favor, lea detenidamente cada pregunta y responda con relación a la opinión que mejor crea conveniente.

INFORMACIÓN GENERAL

Identifique su sexo

Masculino Femenino

Seleccione su rango de edad

Menos de 18 18-26 27-42 43-58 59 o más

--	--	--	--	--

Ciudad/País de residencia: _____

¿Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria Secundaria Superior Posgrado(Maestría) Doctorado

--	--	--	--	--

RESPECTO AL MERCADO TURÍSTICO

1. ¿Cada cuánto realiza turismo? *

Siempre	Casi siempre	En ocasiones	Casi nunca	Nunca

2. ¿Qué tipo de turismo prefiere? *

- Turismo comunitario
- Turismo de aventura
- Turismo cultural
- Turismo religioso
- Turismo gastronómico
- Turismo de salud
- Turismo deportivo
- Turismo de negocios

3. A su parecer la parroquia San Juan posee un mercado turístico idóneo que permitirá fortalecer la economía de la comunidad

Si No

4. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan?

Si No

5. En caso de ser afirmativo identifique por cual medio se enteró usted de los atractivos turísticos que existen en la parroquia San Juan?

- Redes sociales
- Recomendación de amigos, familia
- Puntos de información turística
- Agencias turísticas
- Plataformas de reservas

6. A su parecer la parroquia San Juan cuenta con servicios de hospedaje, agencias de viajes, transporte, restaurantes idóneos para incrementar y fomentar el turismo en la comunidad

Si No

7. El mercado turístico según su parecer es un segmento de la Economía relacionado con el turismo y todas las actividades comerciales y turísticas asociadas con el crecimiento de la parroquia San Juan

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

8. En su visita a San Juan. Realizo turismo comunitario.

Siempre	Casi siempre	En ocasiones	Casi nunca	Nunca

9. Al realizar turismo comunitario en San Juan. ¿Cuáles son las actividades que más le gusta realizar dentro de las comunidades locales?

- Degustar de sus platos típicos
- Convivencia con la comunidad
- Artesanías
- Tradiciones
- No he realizado turismo comunitario

10. En caso de a ver visitado los atractivos turísticos de la parroquia San Juan. Identifique su nivel de satisfacción al visitar las comunidades locales.

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Normal
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho
- No he visitado

11. Ha tenido alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario en alguna localidad de la parroquia San Juan.

Siempre	Casi siempre	En ocasiones	Casi nunca	Nunca

RESPECTO A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS COMUNITARIAS

13. Las actividades turísticas en la parroquia San Juan se enfocan en la promoción de la cultura y tradiciones locales ofreciendo un servicio turístico de calidad.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

14. ¿El turismo comunitario en la parroquia San Juan se enfoca en prácticas sostenibles que promueven el desarrollo de actividades de convivencia con la comunidad?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

15. El turismo comunitario de la parroquia San Juan se enfoca en prácticas y actividades sostenibles con el medio ambiente.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

16. Existe un servicio de alojamiento ecológico que garantice actividades turísticas con la colaboración de la comunidad local generando beneficios en el turismo comunitario de la parroquia.

Sí No

17. La parroquia San Juan ofrece una amplia gama de actividades al aire libre vinculado con una gran biodiversidad y paisajes naturales que ofrece la comunidad.

Si No

18. Cómo valora usted el equipamiento e infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones, equipamiento urbano, señalización turística, entre otros) dentro de la parroquia San Juan.

Muy bueno	Bueno	Indiferente	Malo	Muy malo

19. Cómo valora el comercio que ofrece la parroquia de San Juan a los turistas.

Muy bueno	Bueno	Indiferente	Malo	Muy malo

20. La parroquia San Juan ofrece servicios de guía y asistencia turística adecuada al fomento del turismo local.

Si No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Nota: Encuesta realizada a los turistas visitantes

7.7. Anexo 7: Acta de la Validación de Expertos



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Moreno Aguirre Paula Elizabeth

TÍTULO/GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 17/01/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba.

El instrumento de medición pertenece a la variable: Mercado turístico

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 de Gestión.

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

SUGERENCIAS:

0002355364
PAULA
ELIZABETH
MORENO
AGUIRRE

Firmado
digitalmente por:
ELIZABETH PAULA
MORENO AGUIRRE

Firma del Experto
PAULA MORENO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Silvia Marieta Aldaz Hernández

TÍTULO/GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 16/02/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural comunitario, parroquia San Juan, cantón Ríobamba.

El instrumento de medición pertenece a la variable: Mercado turístico

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 de Gestión.

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

SUGERENCIAS:



Silvia Marieta Aldaz Hernández

Firma del Experto



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Daniel Marcelo Guerrero Vaca

TÍTULO/GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 17/01/2023

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Mercado turístico y actividades turísticas en el contexto rural
comunitario, parroquia San Juan, cantón Riobamba.

Estimado Docente Experto

Me es grato dirigirme a usted con la finalidad de solicitarle me permita evaluar el instrumento que permitirá el desarrollo del trabajo de titulación. En este sentido, 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 respecto al tema /variable MERCADO TURISTICO

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

SUGERENCIAS:



DANIEL MARCELO
GUERRERO VACA

Firma del Experto

7.8. Anexo 8: Resultados de las encuestas aplicadas a los gestores turísticos comunitarios

La encuesta dirigida a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en la parroquia San Juan ha sido un recurso valioso para captar opiniones y perspectivas relevantes. En esta investigación, se seleccionó un encuestado de cada uno de los 11 grupos comunitarios, garantizando así una representación diversa en términos de edades y características. De esta manera, se obtuvieron respuestas y percepciones variadas que enriquecen el análisis de esta investigación.

Género

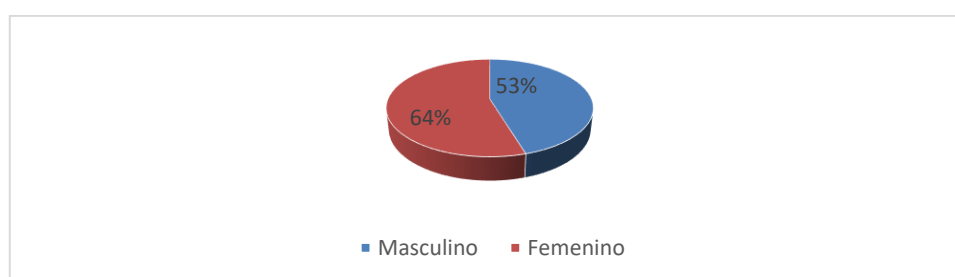
Tabla 14: Género, encuesta gestores turísticos

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	4	36%
Femenino	7	64%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 1: Pregunta 1 encuesta gestores turísticos, Género.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Rango de edad

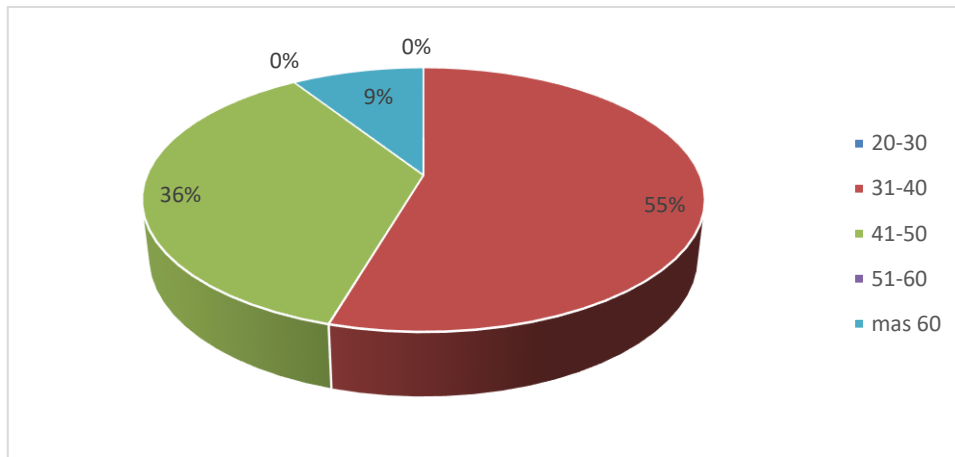
Tabla 15: Edad, encuesta gestores turísticos

Validación	Frecuencia	Porcentaje
20-30	0	0%
31-40	6	55%
41-50	4	36%
51-60	0	0%
Más 60	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 2: Pregunta 2 encuesta gestores turísticos, Edad.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.
Elaborado por: Micaela Carvajal

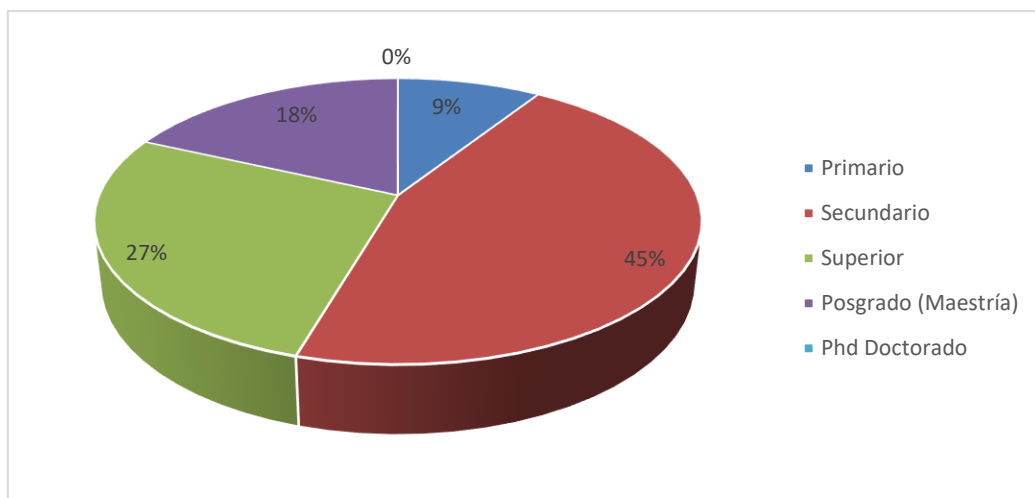
Nivel de instrucción.

Tabla 16: Nivel de instrucción, encuesta gestores turísticos

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Primario	1	9%
Secundario	5	45%
Superior	3	27%
Posgrado (Maestría)	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.
Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 3: Nivel de instrucción, encuesta gestores turísticos



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.
Elaborado por: Micaela Carvajal

RESPECTO AL MERCADO TURÍSTICO:

1. Los servicios turísticos en la parroquia de San Juan y sus comunidades satisfacen las demandas de los turistas?

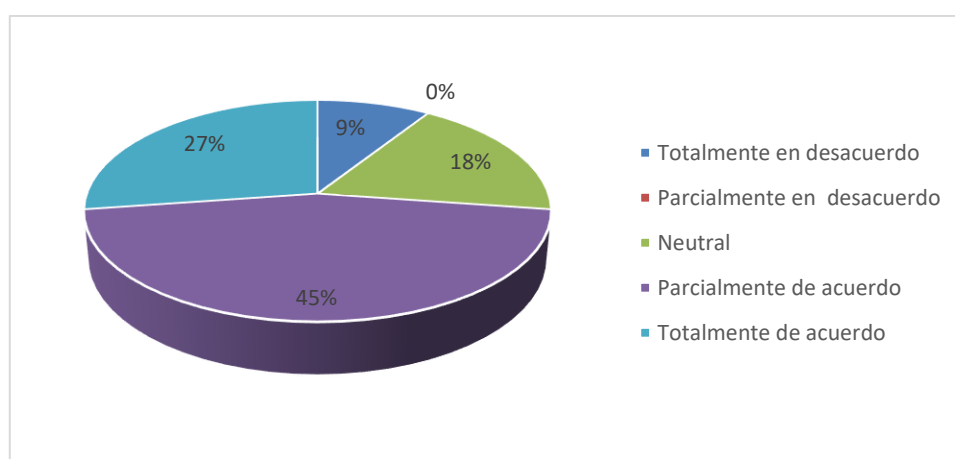
Tabla 17: Pregunta 1, satisfacción del turista

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	9%
Parcialmente desacuerdo	0	0%
Neutral	2	18%
Parcialmente de acuerdo	5	45%
Totalmente de acuerdo	3	27%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 4: Pregunta 1, satisfacción de las demandas



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

2. En el mercado turístico de la parroquia San Juan se evidencia un alto Intercambio de productos y servicios?

Tabla 18: Pregunta 2, evidencia de alto intercambio de productos.

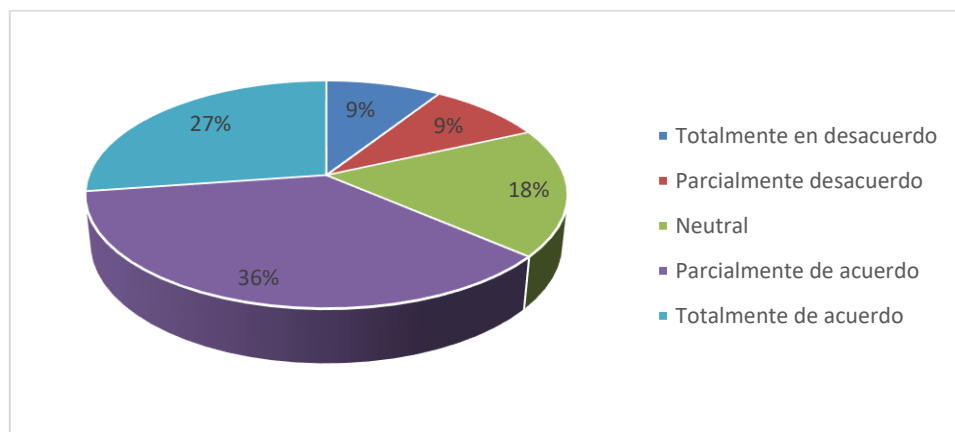
Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	9%
Parcialmente desacuerdo	1	9%
Neutral	2	18%

Parcialmente de acuerdo	4	36%
Totalmente de acuerdo	3	27%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 5: Pregunta 2, evidencia intercambio de productos y servicios



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

3. La cadena de valor permite que se desglose las actividades relacionadas con un producto permitiendo así: diseñar, producir, comercializar, y distribuir, ¿producto o servicio para contribuir a un valor total del producto?

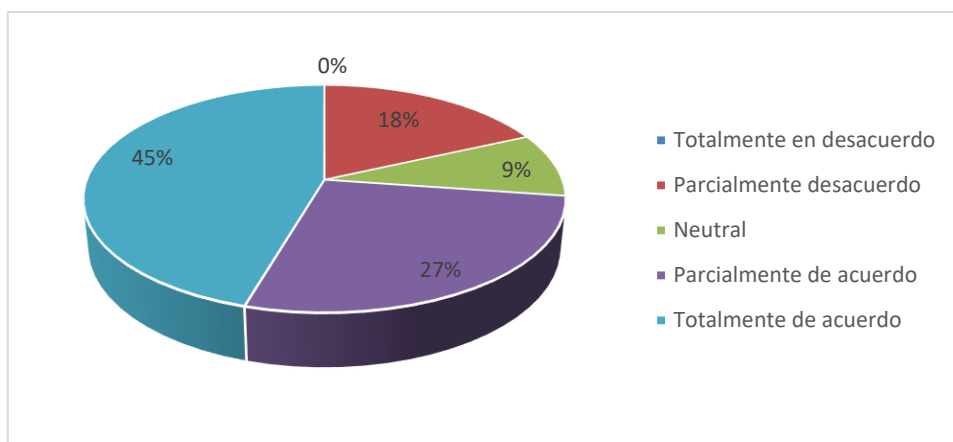
Tabla 19: Pregunta 3, cadena de valor que permite desglose de actividades.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Parcialmente desacuerdo	2	18%
Neutral	1	9%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 6: Pregunta 3, cadena de valor que permite desglose de actividades.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

4. Las empresas privadas constituyen para la parroquia San Juan un factor clave para fomentar el mercado turístico?

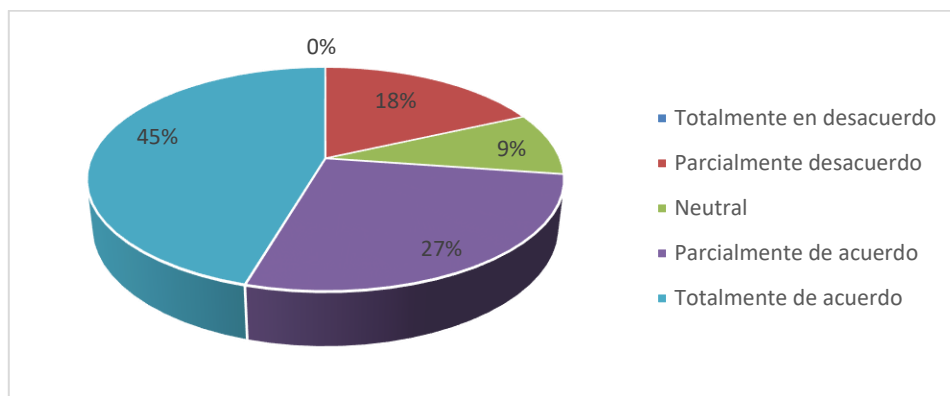
Tabla 20: Pregunta 4, las empresas privadas son factor clave para mercado turístico

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	27%
Parcialmente desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 7: Pregunta 4, las empresas privadas son factor clave para mercado turístico



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

5. El mercado en general ha contribuido al desarrollo económico de la parroquia San Juan?

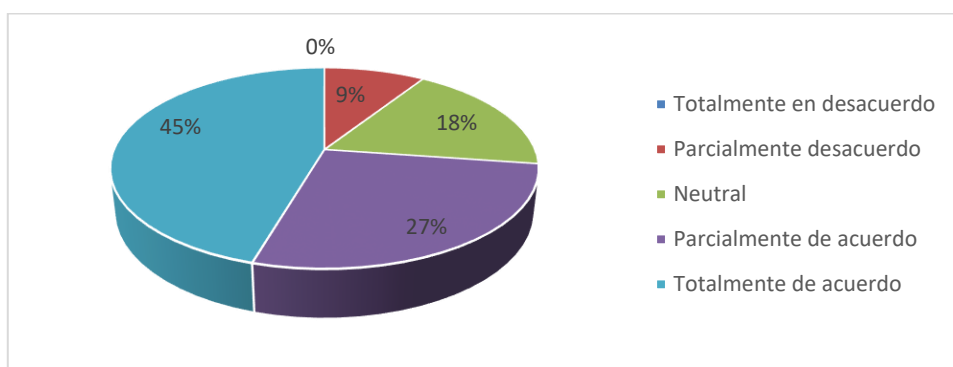
Tabla 21: Pregunta 5, el mercado contribuye al desarrollo económico de la parroquia San Juan.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0%
Neutral	2	18%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 8: Pregunta 5, el mercado turístico contribuye el desarrollo económico de la parroquia



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

6. Que medios utiliza para promocionar sus productos/servicios turísticos?

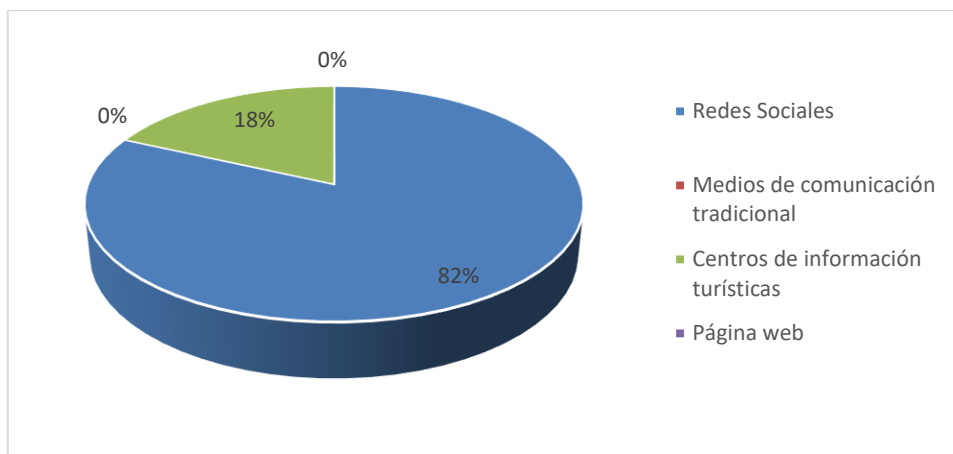
Tabla 22: Pregunta 6, medios de comunicación para promocionar productos

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	9	82%
Medios de comunicación tradicional	0	0%
Centros de información turísticas	2	18%
Página web	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 9: Pregunta 6, medios de comunicación para promocionar productos



*Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios
Elaborado por: Micaela Carvajal*

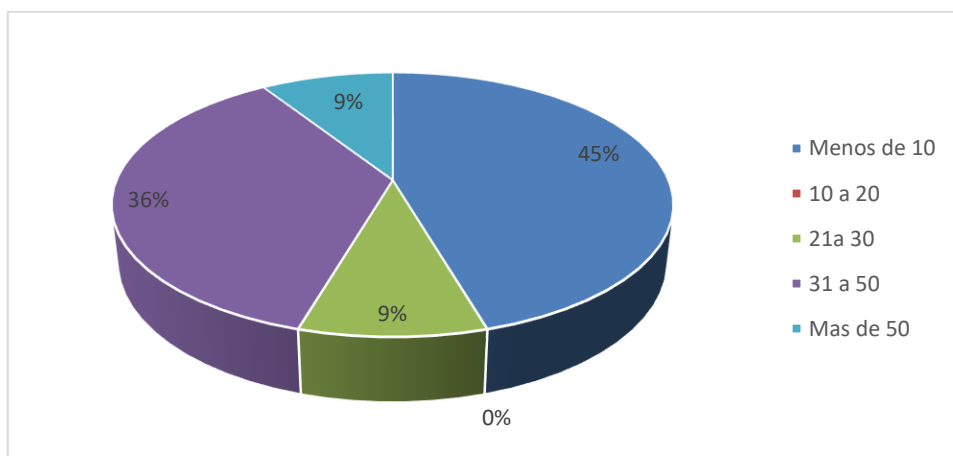
7. En promedio al mes cuantos turistas reciben?

Tabla 23: Pregunta 7, promedio de turistas que reciben los centros turísticos

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 10	5	45%
10 a 20	0	0%
21a 30	1	9%
31 a 50	4	36%
Más de 50	1	9%
Total	11	100%

*Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios
Elaborado por: Micaela Carvajal*

Gráfico 10: Pregunta 7, promedio de los turistas que reciben los centros turísticos.



*Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios
Elaborado por: Micaela Carvajal*

8. ¿Cuál es el rango de sus ingresos al mes?

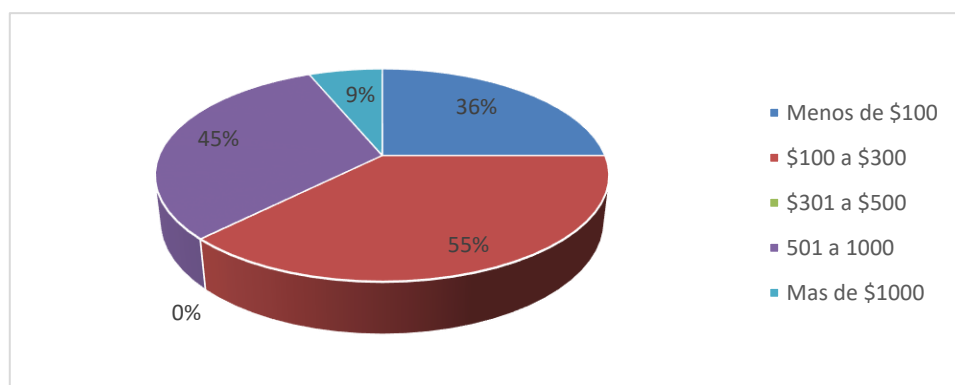
Tabla 24: Pregunta 8, rango del ingreso al mes

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$100	4	36%
\$100 a \$300	6	55%
\$301 a \$500	0	0%
501 a 1000	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 11: Pregunta 8, rango de ingreso al mes.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

9. En la parroquia de San Juan se ofertan productos/servicios turísticos innovadores a través de precios óptimos?

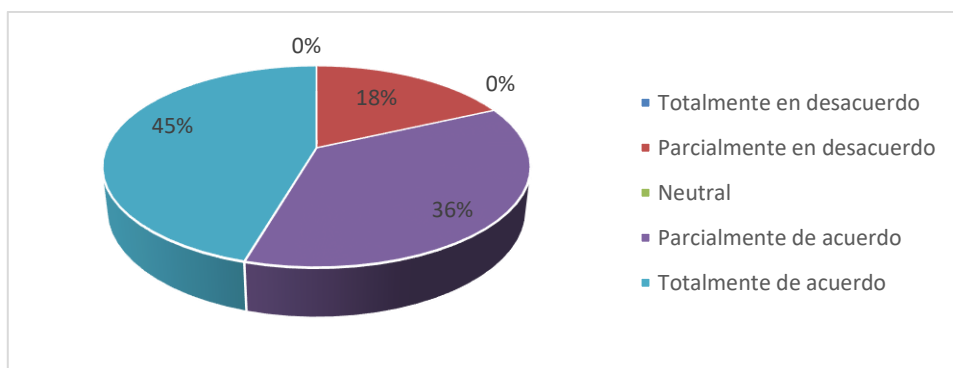
Tabla 25: Pregunta 9, productos/servicios turísticos innovadores y precios óptimos

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Parcialmente en desacuerdo	0	0%
Neutral	2	18%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 12: Pregunta 9, productos/servicios turísticos innovadores y precios óptimo



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

RESPECTO A ACTIVIDADES TURISTICAS

10. Los atractivos turísticos en la parroquia de San Juan influyen en la demanda en las visitas de los turistas y por ende en la motivación de los viajeros para conocerla?

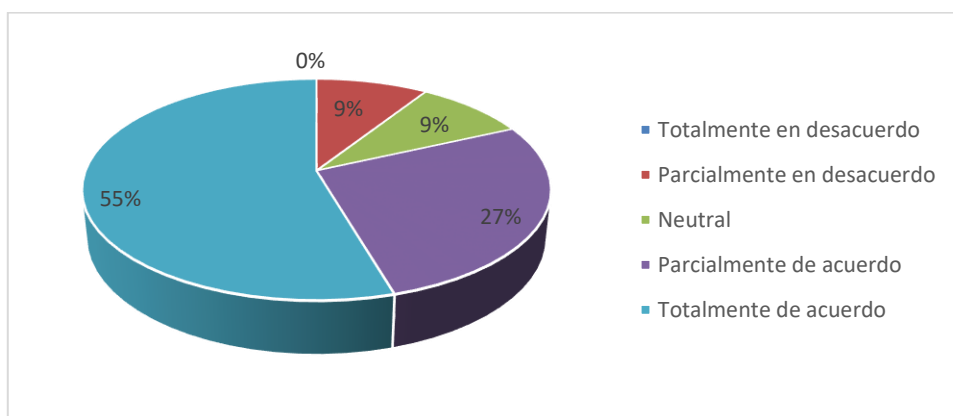
Tabla 26: Pregunta 10 motivación de los viajeros para conocerlas.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Parcialmente en desacuerdo	1	9%
Neutral	1	9%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	6	55%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 13: Pregunta 10 motivación de los viajeros para conocerlas.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

11. La infraestructura turística en la parroquia es adecuado para satisfacer las necesidades de los visitantes?

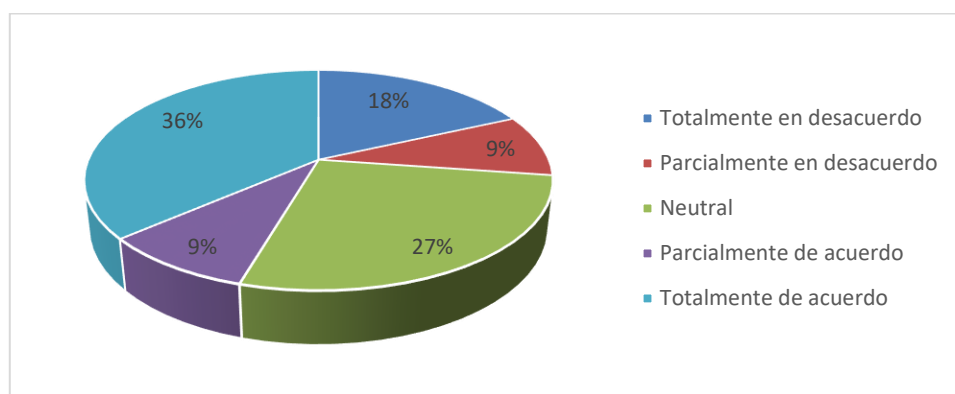
Tabla 27: Pregunta 11 Infraestructura turística.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	18%
Parcialmente en desacuerdo	1	9%
Neutral	3	27%
Parcialmente de acuerdo	1	9%
Totalmente de acuerdo	4	36%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 14: Pregunta 11 infraestructura turística.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

12. Existen oportunidades para diversificar su oferta de servicios turísticos en la parroquia San Juan?

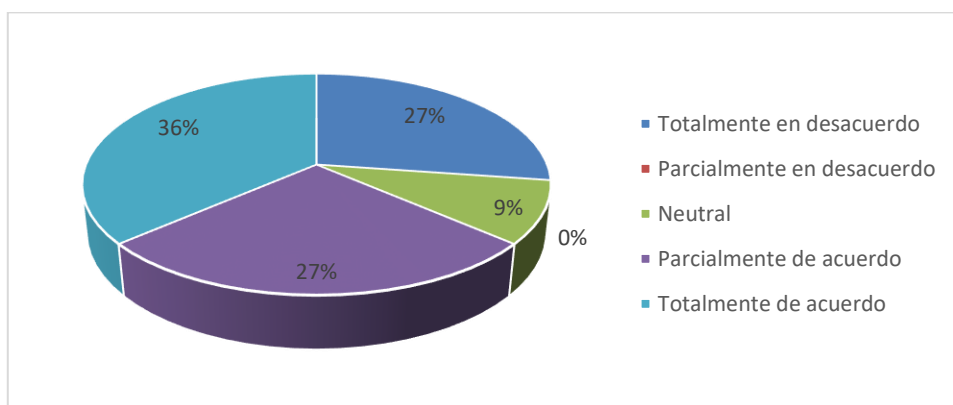
Tabla 28: Pregunta 12 oportunidades para diversificar ofertas y servicios turísticos.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	27%
Parcialmente en desacuerdo	0	0%
Neutral	1	9%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	4	36%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 15: Pregunta 12 oportunidades para diversificar ofertas y servicios turísticos.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

13. El nivel de participación de las comunidades en el desarrollo y gestión de las actividades turísticas locales son factores estratégicos para incrementar el turismo en la parroquia?

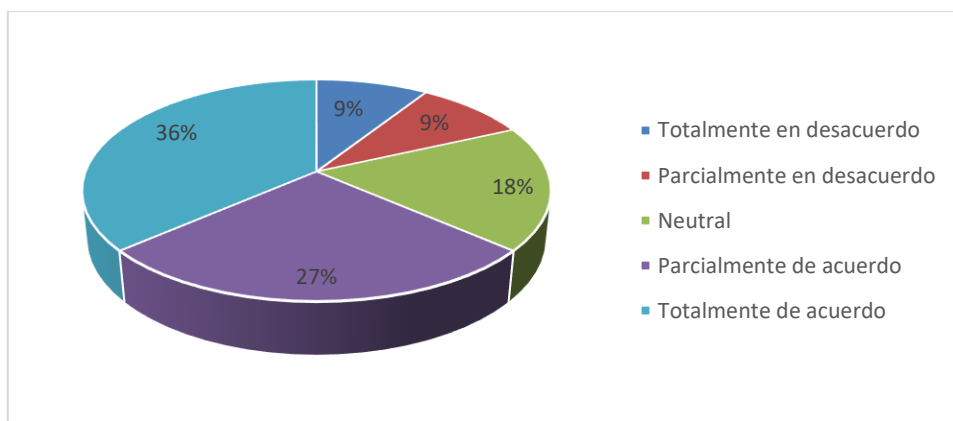
Tabla 29: Pregunta 13 Nivel de participación de las comunidades en desarrollo y gestión en actividades turísticas.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	9%
Parcialmente en desacuerdo	1	9%
Neutral	2	18%
Parcialmente de acuerdo	3	27%
Totalmente de acuerdo	4	36%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 16: Pregunta 13 Nivel de participación de las comunidades en desarrollo y gestión en actividades turísticas.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

14. Los servicios ofertados en la parroquia se considera adecuados con llevando a garantizar una alta calidad?

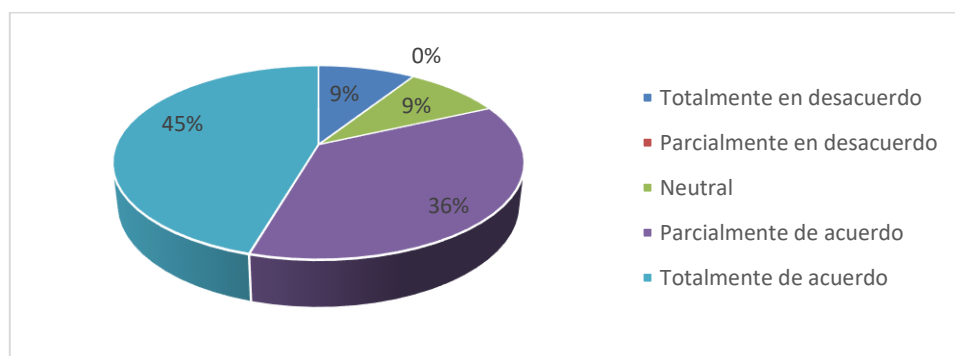
Tabla 30: Pregunta 13 los servicios ofertados garantizan una alta calidad.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	9%
Parcialmente en desacuerdo	0	0%
Neutral	1	9%
Parcialmente de acuerdo	4	36%
Totalmente de acuerdo	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 17: Pregunta 14 los servicios ofertados garantizan una alta calidad.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

15. ¿La calidad de sus productos/servicios turísticos están basados en normas o estándares de calidad?

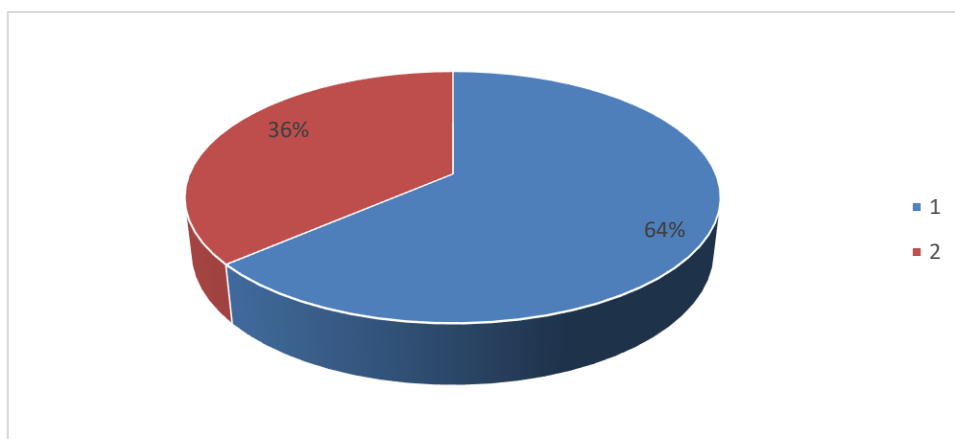
Tabla 31: Pregunta 15 calidad de productos según la normas o estándares de calidad.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	64%
No	4	36%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 18: Pregunta 15 calidad de productos según la normas o estándares de calidad.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

**16. Conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan y sus alrededores?
¿Cuántos Conoce?**

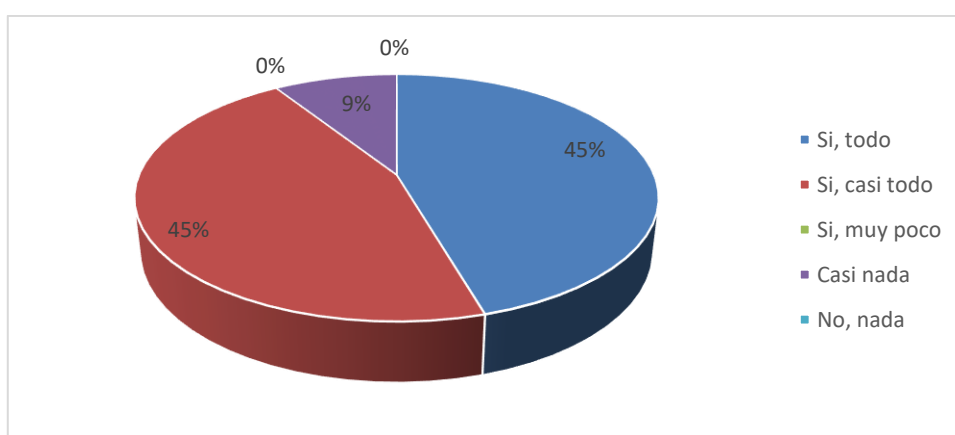
Tabla 32: Pregunta 16 conoce los atractivos turísticos.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Sí, todo	5	45%
Si, casi todo	5	45%
Si, muy poco	0	0%
Casi nada	1	9%
No, nada	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 19: Pregunta 16 conoce los atractivos turísticos.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

17. Conoce la historia/cultura/tradiciones/fiesta/ que posee la parroquia de San Juan y sus comunidades?

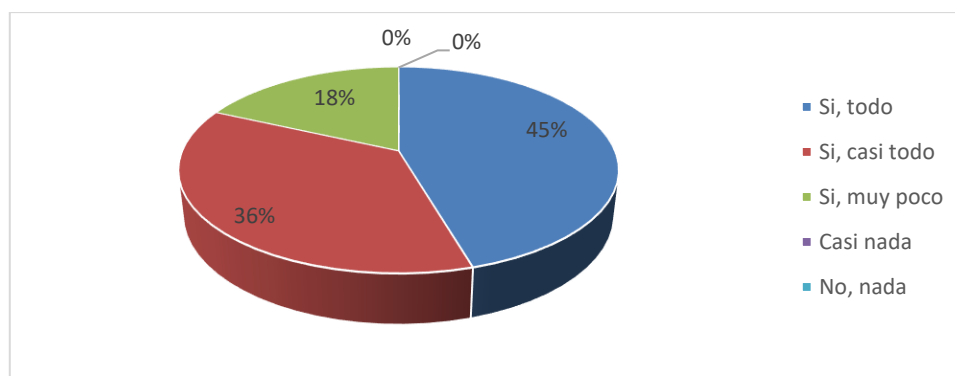
Tabla 33: Pregunta 17 conoce la historia/cultura/tradiciones de la parroquia y sus comunidades.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Sí, todo	5	45%
Si, casi todo	4	36%
Si, muy poco	2	18%
Casi nada	0	0%
No, nada	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 20: Pregunta 17 conoce la historia/cultura/tradiciones de la parroquia y sus comunidades.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

18. Posee algún Tipo de certificación que le abalice como guía/gestor turístico?

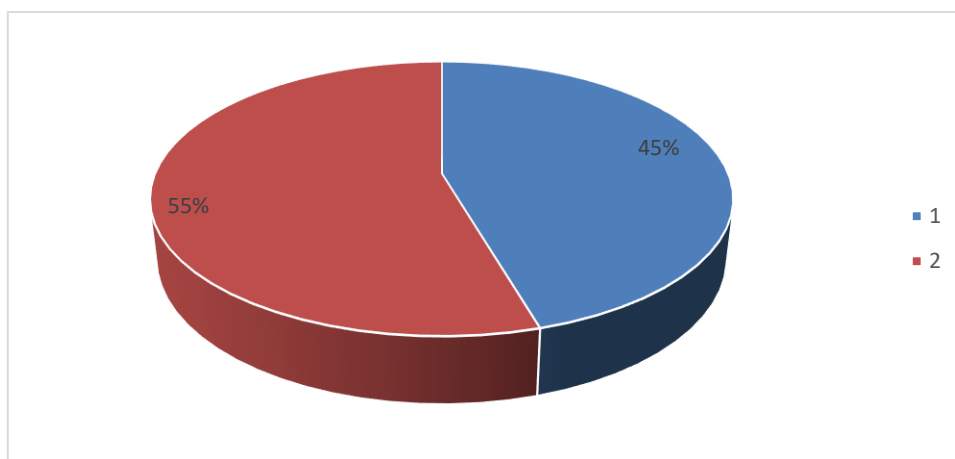
Tabla 34: Pregunta 18 posee algún tipo de certificado como guía turística.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	45%
No	6	55%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 21: Pregunta 18 posee algún tipo de certificado como guía turística.



Fuente: Encuesta realizada a los gestores turísticos comunitarios.

Elaborado por: Micaela Carvajal

7.9. Anexo 9: Resultados de la encuesta a los turistas

La encuesta aplicada a los turistas ha sido una herramienta crucial para recopilar la opinión y perspectiva de los visitantes. Se llevaron a cabo encuestas a un total de 364 turistas de diversas nacionalidades y edades. A continuación, se detallan los datos obtenidos a través de estas encuestas.

Género

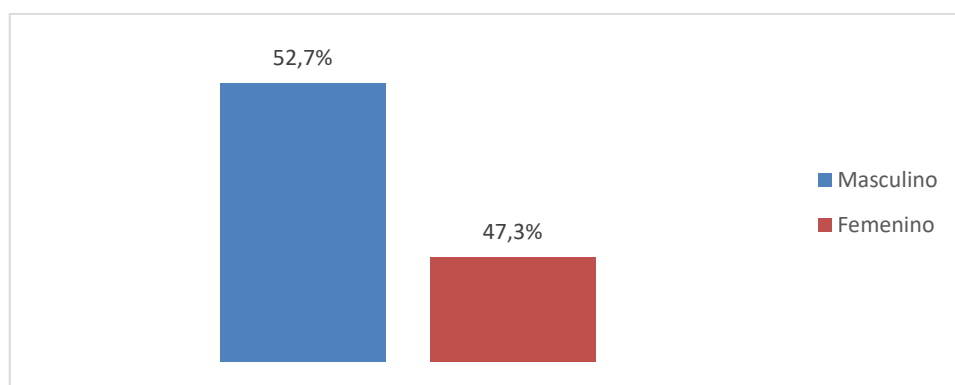
Tabla 35: Género, encuesta a los turistas

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	190	52,7%
Femenino	170	47,3%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 22: Género, encuesta a los turistas



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Rango de edad

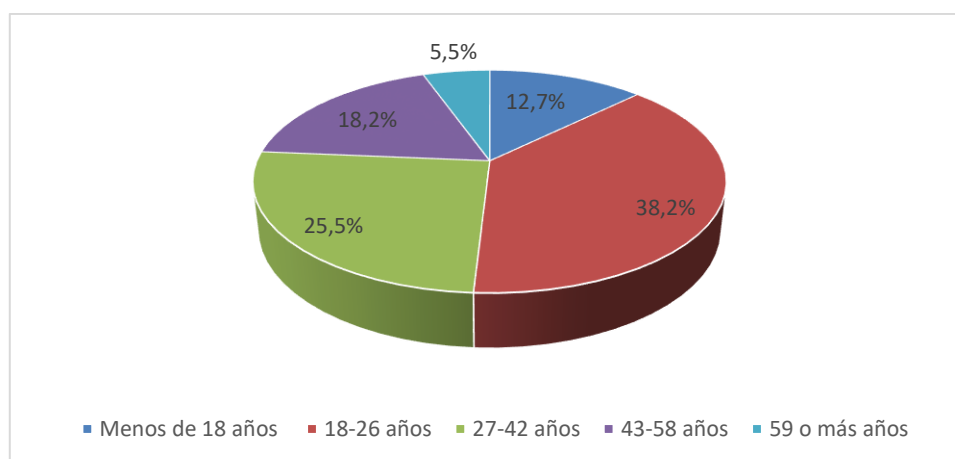
Tabla 36: Edad, encuesta turistas visitantes de la parroquia

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	47	12,7%
18-26 años	137	38,2%
27-42 años	92	25,5%
43-58 años	65	18,2%
59 o más años	20	5,5%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 23: Edad, encuesta turistas visitantes de la parroquia



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Nivel de instrucción.

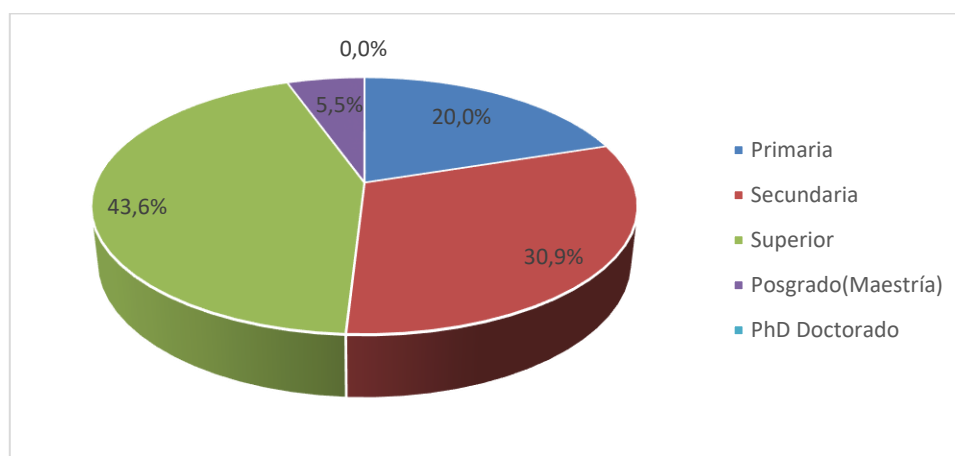
Tabla 37: Nivel de instrucción, encuesta turistas visitantes de la parroquia

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	72	20,0%
Secundaria	111	30,9%
Superior	157	43,6%
Posgrado (Maestría)	20	5,5%
PhD Doctorado	0	0,0%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 24: Nivel de instrucción, encuesta turistas visitantes de la parroquia



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

RESPECTO AL MERCADO TURISTICO:

1. ¿Cada cuánto realiza turismo?

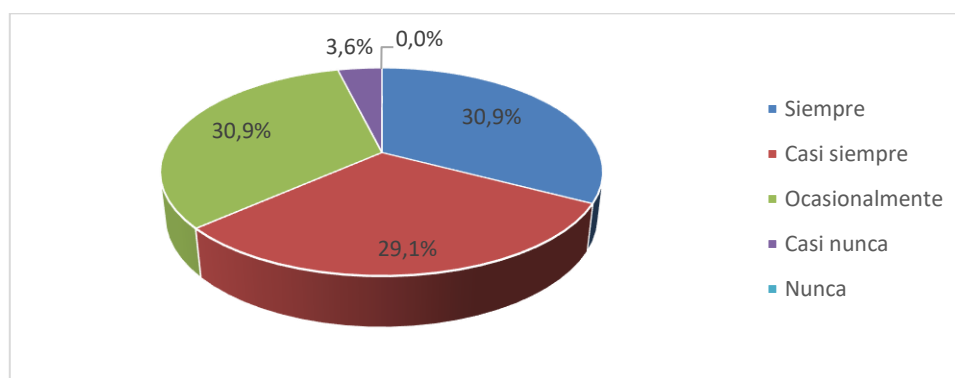
Tabla 38: Pregunta 1, cada cuanto realiza turismo.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	111	30,9%
Casi siempre	105	29,1%
Ocasionalmente	111	30,9%
Casi nunca	13	3,6%
Nunca	0	0,0%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 25: Pregunta 1, Cada cuanto realiza turismo.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

2. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

Tabla 39: Pregunta 2, Tipo de turismo.

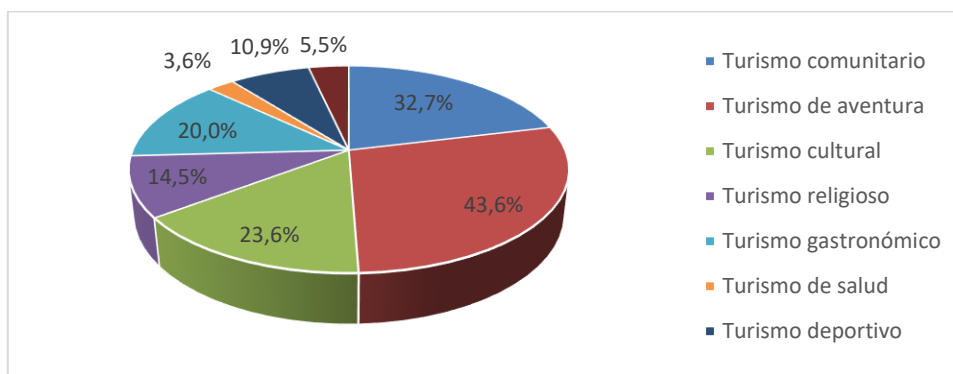
Validación	Frecuencia	Porcentaje
Turismo comunitario	118	32,7%
Turismo de aventura	157	43,6%
Turismo cultural	885	23,6%
Turismo religioso	52	14,5%
Turismo gastronómico	72	20,0%

Turismo de salud	13	3,6%
Turismo deportivo	39	10,9%
Turismo de negocios	20	5,5%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 26: Pregunta 2, Tipo de turismo.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

3. A su parecer la parroquia San Juan posee un mercado turístico idóneo que permitirá fortalecer la economía de la comunidad?

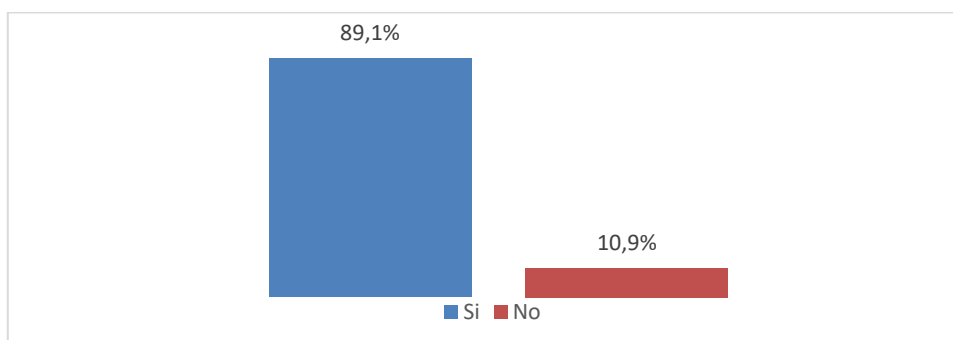
Tabla 40: Pregunta 3, San Juan posee mercado turístico idóneo.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	314	89,1%
No	26	10,9%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 27: Pregunta 3, San Juan posee mercado turístico idóneo.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

4. ¿Conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia San Juan?

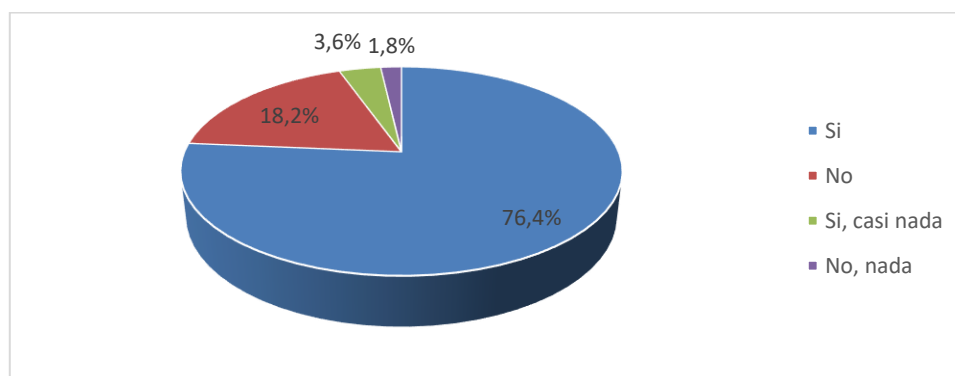
Tabla 41: Pregunta 4, conoce los atractivos turísticos de la parroquia San Juan.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	275	76,4%
No	65	18,2%
Si, casi nada	13	3,6%
No, nada	7	1,8%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 28: Pregunta 4, conoce los atractivos turísticos de la parroquia Sa Juan.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

5. En caso de ser afirmativo identifique por que medio se enteró usted de los atractivos turísticos que existen en la parroquia San Juan?

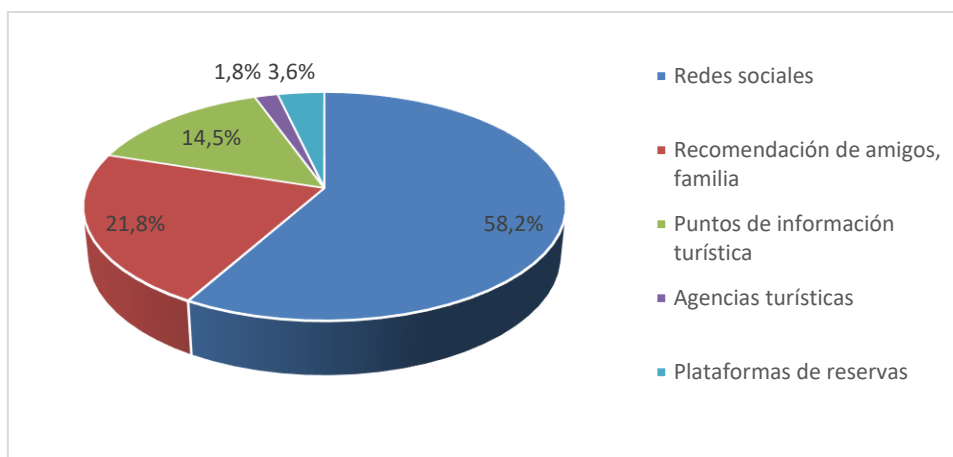
Tabla 42: Pregunta 5, por que medios de comunicación se enteró de los atractivos turísticos.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	209	58,2%
Recomendación de amigos, familia	79	21,8%
Puntos de información turística	52	14,5%
Agencias turísticas	7	1,8%
Plataformas de reservas	13	3,6%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 29: Pregunta 5, por que medios se enteró de los atractivos turísticos.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

6. A su parecer la parroquia San Juan cuenta con servicios de hospedaje, agencias de viajes, transporte, restaurantes idóneos para incrementar y fomentar el turismo en la comunidad

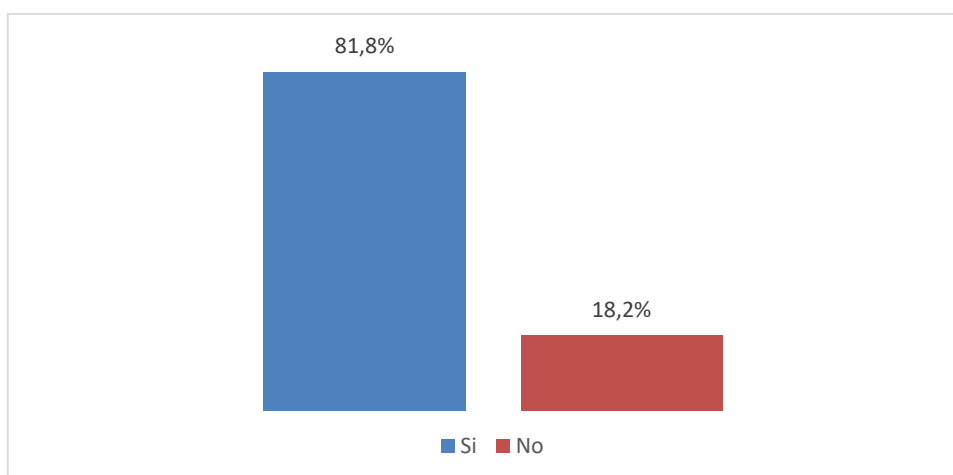
Tabla 43: Pregunta 6, servicios de hospedaje cumple con lo necesario.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	281	81,8%
No	59	18,2%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 30: Pregunta 6, servicios de hospedaje cumple con lo necesario.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

7. El mercado turístico según su parecer es un segmento de la economía relacionado con el turismo y todas las actividades comerciales y turísticas asociadas con el crecimiento de la parroquia San Juan

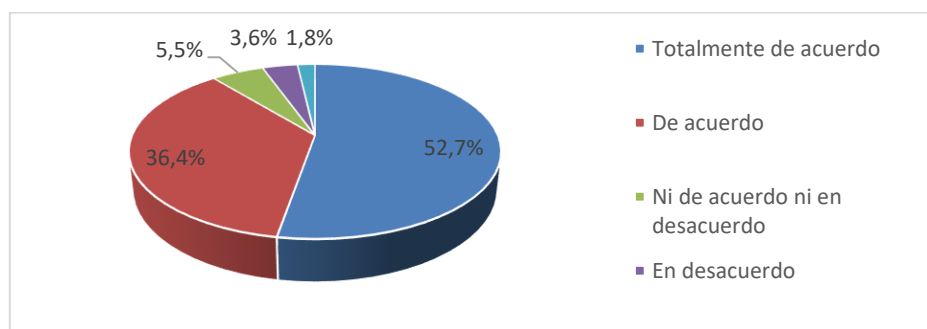
Tabla 44: Pregunta 7, El turismo está asociada con el crecimiento de la parroquia

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	190	52,7%
De acuerdo	131	36,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	5,5%
En desacuerdo	13	3,6%
Totalmente en desacuerdo	7	1,8%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 31: Pregunta 7, El turismo está asociada con el crecimiento de la parroquia



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

8. En su visita a San Juan. Realizo turismo comunitario.

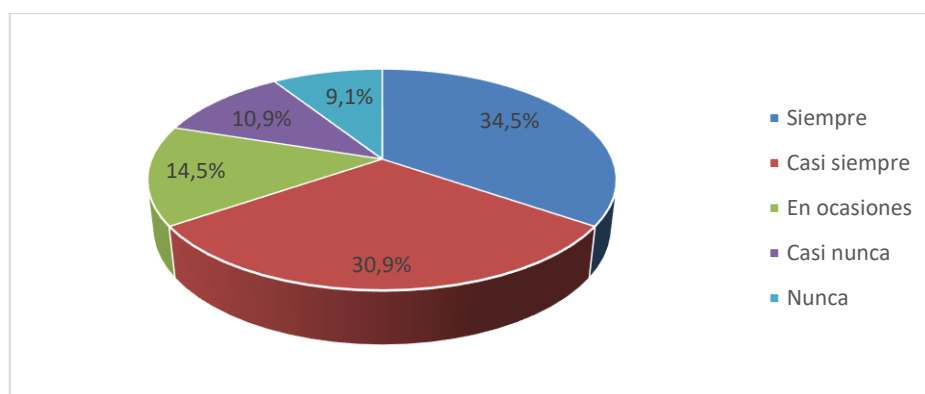
Tabla 45: Pregunta 8, realizó turismo comunitario.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	124	34,5%
Casi siempre	111	30,9%
En ocasiones	52	14,5%
Casi nunca	39	10,9%
Nunca	33	9,1%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 32: Pregunta 8, realizó turismo comunitario.



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

9. Al realizar turismo comunitario en San Juan. ¿Cuáles son las actividades que más le gusta realizar dentro de las comunidades locales?

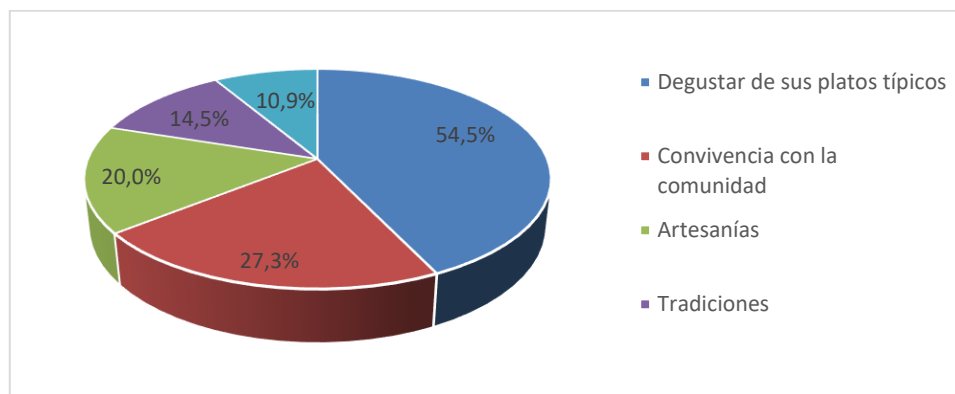
Tabla 46: Pregunta 9, actividades que más le gusta realizar

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Degustar de sus platos típicos	196	54,5%
Convivencia con la comunidad	98	27,3%
Artesanías	72	20,0%
Tradiciones	52	14,5%
No he realizado turismo comunitario	39	10,9%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 33: Pregunta 9, actividades que más le gusta realizar



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

10. En caso de a ver visitado los atractivos turísticos de la parroquia San Juan. Identifique su nivel de satisfacción al visitar las comunidades locales.

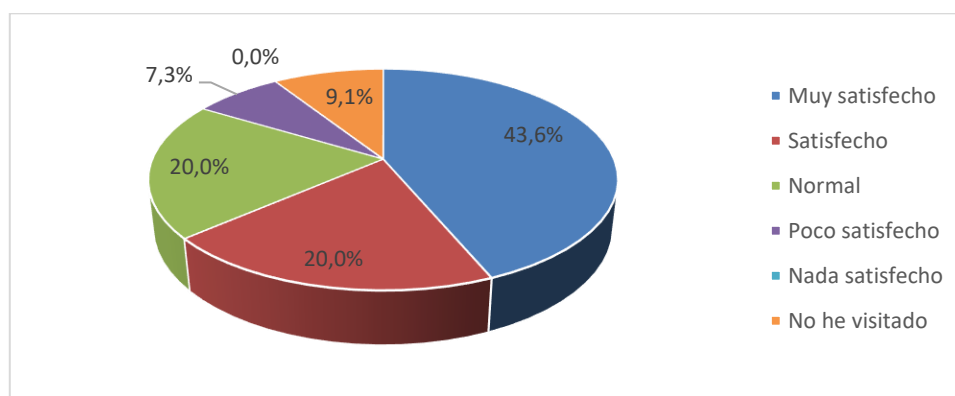
Tabla 47: Pregunta 10, nivel de satisfacción

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	157	43,6%
Satisfecho	72	20,0%
Normal	72	20,0%
Poco satisfecho	26	7,3%
Nada satisfecho	0	0,0%
No he visitado	33	9,1%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 34: Pregunta 10 nivel de satisfacción



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

11. Ha tenido alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario en alguna localidad de la parroquia San Juan.

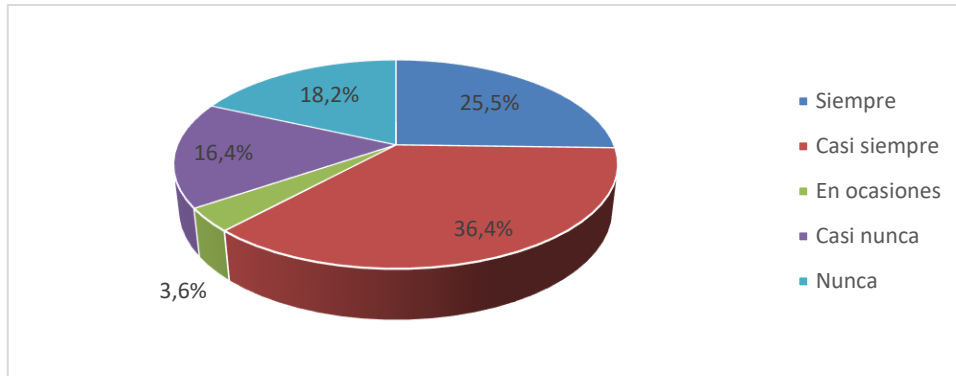
Tabla 48: Pregunta 11, alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	92	25,5%
Casi siempre	131	36,4%
Con frecuencia	4	7,3%
En ocasiones	2	3,6%
Casi nunca	9	16,4%
Nunca	10	18,2%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 35: Pregunta 11 alguna mala experiencia al realizar turismo comunitario



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

RESPECTO A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS COMUNITARIAS

12. Las actividades turísticas en la parroquia San Juan se enfocan en la promoción de la cultura y tradiciones locales ofreciendo un servicio turístico de calidad.

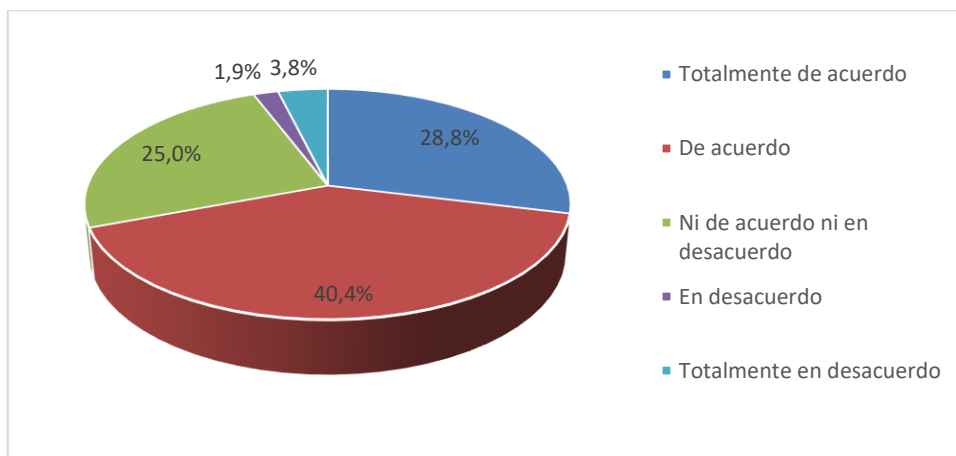
Tabla 49: Pregunta 12, actividades turísticas se enfocan en la promoción de la cultura local

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	98	28,8%
De acuerdo	137	40,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	25,0%
En desacuerdo	7	1,9%
Totalmente en desacuerdo	13	3,8%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 36: Pregunta 12, actividades turísticas se enfocan en la promoción de la cultura local



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

13. ¿El turismo comunitario en la parroquia San Juan se enfoca en prácticas sostenibles que promueven el desarrollo de actividades de convivencia con la comunidad?

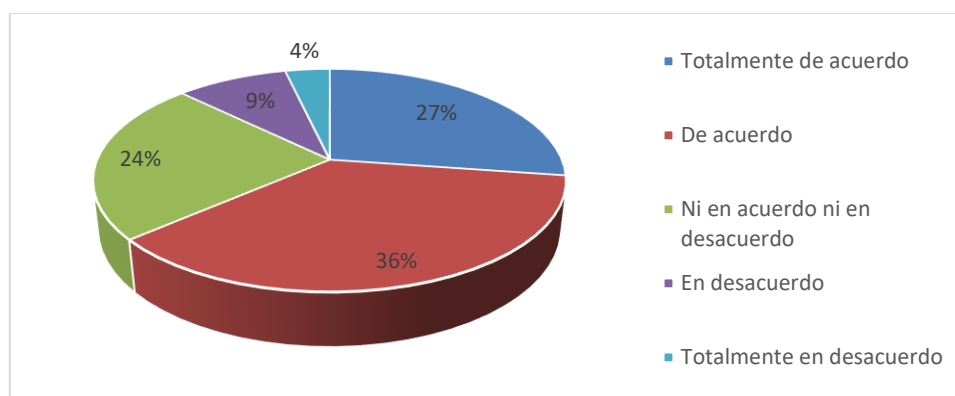
Tabla 50: Pregunta 13, El turismo comunitario se enfocan en prácticas sostenibles

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	99	28,8%
De acuerdo	132	40,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	86	25,0%
En desacuerdo	33	1,9%
Totalmente en desacuerdo	13	3,8%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 37: Pregunta 13, El turismo comunitario se enfocan en prácticas sostenibles



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

14. Existe un servicio de alojamiento ecológico que garantice actividades turísticas con la colaboración de la comunidad local generando beneficios en el turismo comunitario de la parroquia.

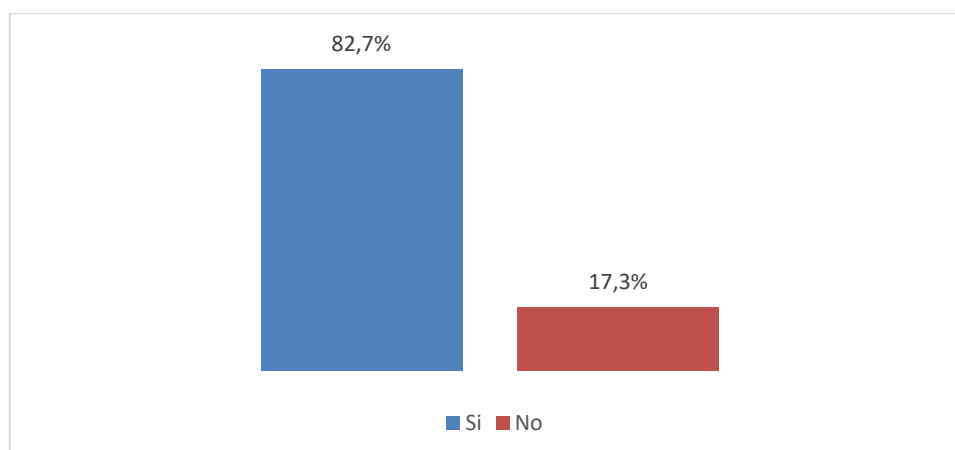
Tabla 51: Pregunta 14, existe alojamiento que garantice las actividades turísticas comunitarias

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	281	82,7%
No	59	17,3%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 38: Pregunta 14, existe alojamiento que garantice las actividades turísticas comunitarias



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

15. La parroquia San Juan ofrece una amplia gama de actividades al aire libre vinculado con una gran biodiversidad y paisajes naturales que ofrece la comunidad.

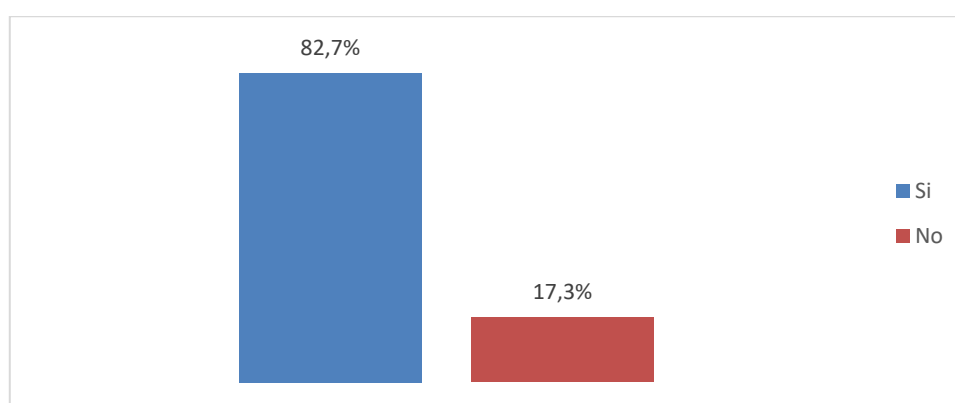
Tabla 52: Pregunta 15, San Juan ofrece amplia gama de actividades

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	281	82,7%
No	59	17,3%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 39: Pregunta 15, San Juan ofrece amplia gama de actividades



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

16. Cómo valora usted el equipamiento e infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones, equipamiento urbano, señalización turística, entre otros) dentro de la parroquia San Juan.

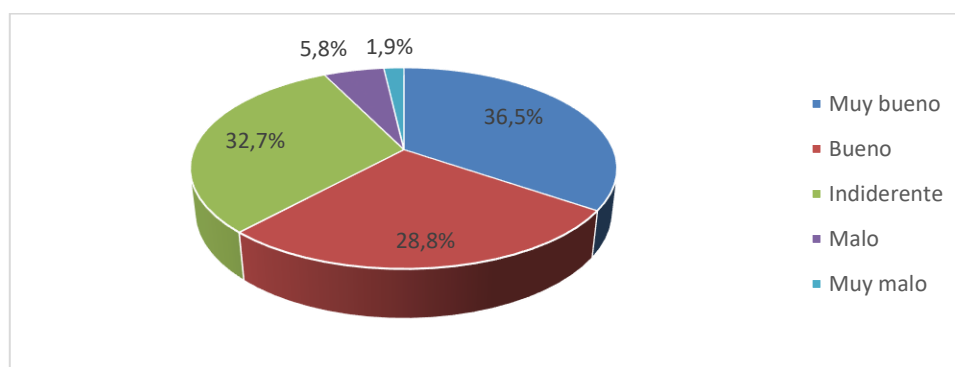
Tabla 53: Pregunta 16, como valora el equipamiento e infraestructura

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	124	36,5%
Bueno	98	28,8%
Indiferente	111	32,7%
Malo	3	5,8%
Muy malo	1	1,9%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 40: Pregunta 16, como valora el equipamiento e infraestructura



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

17. ¿Cómo valora el comercio que ofrece la parroquia de San Juan a los turistas??

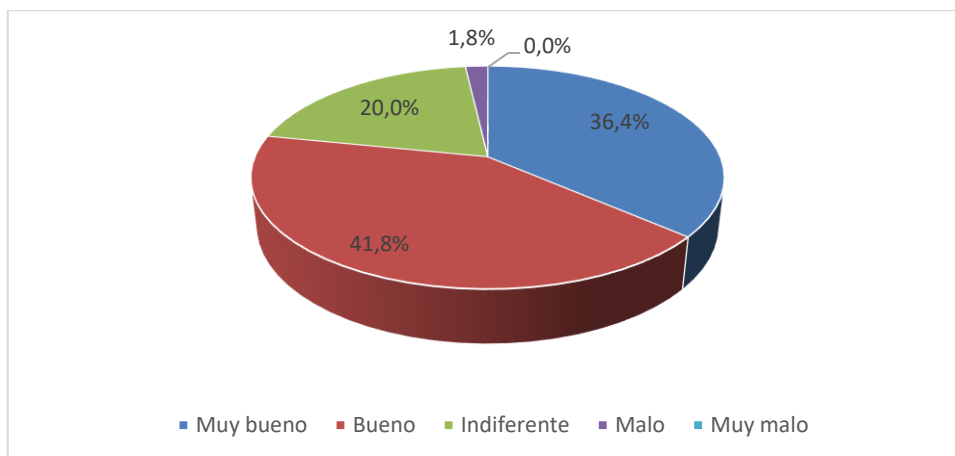
Tabla 54: Pregunta 17, como valora el turistico en la parroquia San Juan

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	20	36,4%
Bueno	23	41,8%
Indiferente	8	20,0%
Malo	1	1,8%
Muy malo	0	0,0%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 41: Pregunta 17, como valora el turistico en la parroquia San Juan



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

18. La parroquia San Juan ofrece servicios de guía y asistencia turística adecuada al fomento del turismo local.

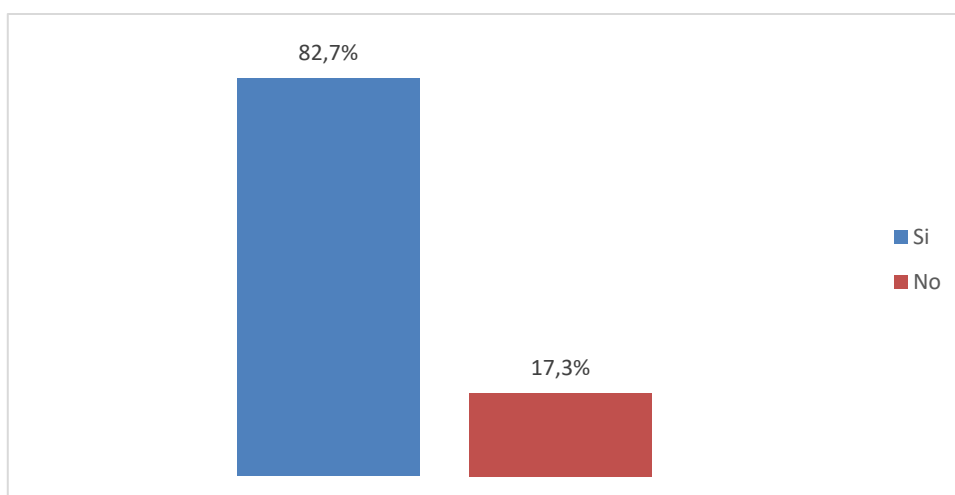
Tabla 55: Pregunta 18, la parroquia San Juan ofrece servicio de guía y asistencia

Validación	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	82,7%
No	59	17,3%
Total	364	100%

Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal

Gráfico 42: Pregunta 18, la parroquia San Juan ofrece servicio de guía y asistencia



Fuente: Encuesta realizada a los turistas visitantes de la parroquia.

Elaborado por: Micaela Carvajal