



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TÍTULO:**

**“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE,  
PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

Proyecto de investigación previo para la obtención del título de Licenciatura  
en Gestión Turística y Hotelera

**AUTORA:**

Chafla Morales, Zoila Paulina

**TUTOR:**

MgSc. Fanny Marylin Lascano Vera

Riobamba, Ecuador. 2022

## CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, Zoila Paulina Chafra Morales, con cédula de ciudadanía 172750060-3, autor (a) del trabajo de investigación titulado: “Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 06 de Marzo del 2022



---

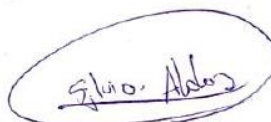
Zoila Paulina Chafra Morales  
C.I: 172750060-3

## DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo”, por Zoila Paulina Chafra Morales, con cédula de identidad número 172750060-3, certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 20 de Septiembre del 2022.

Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández, PhD.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



**Firma**

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



**Firma**

Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



**Firma**

Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera  
**TUTOR**



**Firma**



---

Zoila Paulina Chafra Morales  
C.I: 172750060-3

## **CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, por Zoila Paulina Chafla Morales, con cédula de identidad número 172750060-3, bajo la tutoría de la MgSc. Fanny Marilyn Lascano Vera; 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 20 de Septiembre del 2021.

### **Presidente del Tribunal de Grado**

Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández, PhD.



**Firma**

### **Miembro del Tribunal de Grado**

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre



**Firma**

### **Miembro del Tribunal de Grado**

Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo



**Firma**

## CERTIFICADO ANTI PLAGIO

Que, **Chafra Morales Zoila Paulina** con CC: **172750060-3**, estudiante de la Carrera de **Gestión Turística y Hotelera**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**, que corresponde al dominio científico **Desarrollo Territorial-Productivo y Hábitat Sustentable para mejorar la Calidad de Vida** y alineado a la línea de investigación **Servicios Personales- Desarrollo de Turismo**, cumple con el 8%, reportado en el sistema Anti plagio URKUND, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 12 de Agosto de 2021



---

Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico con mucho amor a mis queridos padres; Rosita y José, que han sido el pilar fundamental tanto en mi vida como en el desarrollo de mi carrera universitaria, ellos me han enseñado a no rendirme y salir adelante incluso en los peores momentos, a ser responsable y luchar por mis sueños. Siempre con mucho amor y apoyo incondicional.

También a mis hermanos, por el apoyo y el cariño que me ha brindado en cada meta que he trazado en mi vida. Y por último a mis amigos y a mi querido Cristian por alentarme y ayudarme a recorrer este camino con alegría y mucha valentía.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primera instancia a Dios por darme la vida y el permitirme alcanzar mis sueños guiándome siempre por el buen camino.

A mi familia por el apoyo incondicional desde el primer día de vida y más aún al iniciar este largo camino para culminar mi carrera universitaria.

A los docentes que forman parte de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera, por haber contribuido a mi formación profesional con sus conocimientos y experiencias de vida.

Mi agradecimiento sincero a mi tutor el Mgs. Marylin Lascano, por la paciencia, compromiso y ayuda incondicional en el desarrollo de esta investigación.

De igual forma al GAD Municipal de Guamote por el apoyo brindado en la elaboración de este trabajo.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTI PLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	
ÍNDICE DE IMÁGENES	
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	20
1.2. Situación Problemática .....	22
1.3. Formulación del problema .....	23
1.3.1. Problema general .....	23
1.3.2. Problemas específicos.....	23
1.4. Justificación .....	23
1.4.1. Justificación teórica .....	23
1.4.2. Justificación práctica .....	23
1.3.3. Justificación metodológica .....	24
1.5. Objetivos .....	25
1.5.1. Objetivo general .....	25
1.5.2. Objetivos específicos .....	25
1.6. Hipótesis .....	25
1.6.1. Hipótesis general .....	25
1.6.2. Hipótesis específicas .....	25
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	26
2.1. Antecedentes de la investigación .....	26
2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación .....	27



2.2.1.	Epistemología de producto turístico .....	27
2.2.2.	Epistemología de oferta turística .....	28
2.3.	Estado del Arte.....	30
2.3.1.	Variable Independiente: Productos Turísticos .....	30
2.3.2.	Variable Dependiente: Oferta Turística .....	31
2.4.	Bases Teóricas .....	33
2.4.1.	Bases teóricas de la variable independiente .....	33
	Recursos Turísticos Naturales.....	33
	Recursos Turísticos Culturales.....	33
	Instalaciones .....	33
	Servicios Básicos.....	33
	Vías de acceso .....	33
	Necesidades .....	34
	Calidad del servicio.....	34
	Satisfacción .....	34
2.4.2.	Bases teóricas de la variable dependiente.....	34
	Actividades Turísticas.....	34
	Planta Turística.....	34
	Facilidades Turísticas .....	34
	Innovación.....	35
	Sitios Naturales .....	35
	Manifestaciones Culturales .....	35
	Servicios Turísticos.....	35
	Oferta.....	35
	Demanda.....	35
	Comercialización.....	35
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>		<b>36</b>
3.1.	Tipo y diseño de investigación .....	36
3.1.1	Tipo de investigación .....	36
	Investigación documental.....	36
	Investigación de campo.....	36
	Investigación cuantitativa.....	36
	Investigación cualitativa.....	37
3.1.2.	Diseño de la investigación.....	37

No experimental .....	37
Transversal .....	37
Correlacional .....	37
3.2. Población de estudio .....	38
3.3. Selección de la muestra.....	38
3.4. Tamaño de muestra.....	38
3.5. Variables Independiente y Dependiente .....	39
3.6. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	42
3.6.1. Técnicas.....	42
3.6.2. Instrumentos .....	42
3.6.3. Validez de los instrumentos.....	42
3.6. Confiabilidad de los instrumentos .....	43
3.6.1. Confiabilidad de instrumentos, variable independiente productos turísticos .....	44
3.6.2. Confiabilidad de instrumentos, variable dependiente oferta turística.....	44
3.7. Análisis e interpretación de la información .....	45
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados .....	46
4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente: productos turísticos .....	46
4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente: oferta turística.....	49
4.2. Pruebas de hipótesis.....	53
4.2.1. Hipótesis general .....	53
4.2.3. Hipótesis Específica 2 .....	55
4.2.4. Hipótesis Específica 3 .....	55
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>58</b>
5.1. Conclusiones .....	58
5.2. Recomendaciones .....	59
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>65</b>
Anexo 1. Propuesta .....	65
Anexo 2. Árbol de Problemas.....	131
Anexo 3. Encuesta de la variable independiente: Producto Turístico .....	132
Anexo 4. Encuesta de la variable dependiente: Oferta Turística .....	135
Anexo 5. Entrevista.....	138

Anexo 6. Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable independiente: Producto Turístico.....	140
Anexo 7. Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable dependiente: Oferta Turística .....	144
Anexo 8. Resultados de la variable independiente: Productos turísticos .....	148
Anexo 9. Resultados de la variable dependiente: Oferta Turística.....	159
Anexo 10. Oficio dirigido al GAD Municipal del cantón Guamote.....	173
Anexo 11. Oficio de aceptación del GAD Municipal del cantón Guamote. ....	174
Anexo 12. Evidencias Fotográficas de la aplicación de encuestas y entrevistas .....	175

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Matriz de Operacionalización de Variables.....	40
<b>Tabla 2.</b> Matriz de Consistencia .....	41
<b>Tabla 3.</b> Tabla de Selección de expertos .....	43
<b>Tabla 4.</b> Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach.....	44
<b>Tabla 5.</b> Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach: variable independiente .....	44
<b>Tabla 6.</b> Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach: variable dependiente .....	44
<b>Tabla 7.</b> Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente: productos turísticos.....	46
<b>Tabla 8.</b> Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente: oferta turística .....	50
<b>Tabla 9.</b> Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis General .....	54
<b>Tabla 10.</b> Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis Específica 1 .....	54
<b>Tabla 11.</b> Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis Específica 2 .....	55
<b>Tabla 12.</b> Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis Específica 3 .....	56
<b>Tabla 13.</b> Atractivo Cultural. Iglesia del Señor de las Misericordias Palmira .....	74
<b>Tabla 14.</b> Atractivo Cultural. Iglesia de Guamote.....	76
<b>Tabla 15.</b> Atractivo Cultural. Estación del Ferrocarril.....	78
<b>Tabla 16.</b> Atractivo Cultural. Granja Agroturística Totorillas .....	80
<b>Tabla 17.</b> Atractivo Cultural. Feria Indígena.....	82
<b>Tabla 18.</b> Atractivo Cultural. Industria de Lácteos Cebadeñito .....	83
<b>Tabla 19.</b> Carnaval de Guamote .....	85
<b>Tabla 20.</b> Atractivos Culturales. Puente Negro .....	87
<b>Tabla 21.</b> Atractivos Culturales. Talabartería El Rodeo.....	88
<b>Tabla 22.</b> Resumen de Atractivos Turísticos Culturales .....	89
<b>Tabla 23.</b> Atractivos Turísticos Naturales. Lagunas de Atillo .....	90
<b>Tabla 24.</b> Atractivos Turísticos Naturales. Dunas de Arena .....	91
<b>Tabla 25.</b> Atractivos Turísticos Naturales. Páramo de Pull Quishuar .....	93
<b>Tabla 26.</b> Atractivos Turísticos Naturales. Páramo San Vicente de Tablillas.....	94
<b>Tabla 27.</b> Atractivos Turísticos Naturales. Mirador Ushubug.....	95
<b>Tabla 28.</b> Resumen de Atractivos Turísticos Naturales.....	97
<b>Tabla 29.</b> Infraestructura del cantón Guamote .....	98
<b>Tabla 30.</b> Establecimientos de Alojamiento .....	100
<b>Tabla 31.</b> Establecimientos de Alimentos y Bebidas.....	100
<b>Tabla 32.</b> Registro del N° de turistas nacionales y extranjeros del cantón Guamote.....	102
<b>Tabla 33.</b> Matriz FODA del turismo en el cantón Guamote .....	103
<b>Tabla 34.</b> Paquete Turístico 1. Guamote Encanto Natural y Cultural .....	104
<b>Tabla 35.</b> Itinerario paquete 1 .....	106
<b>Tabla 36.</b> Paquete Turístico 2. Guamote un Mágico recorrido por las Dunas de Arena ...	109
<b>Tabla 37.</b> Itinerario paquete 2.....	110

<b>Tabla 38.</b> Paquete Turístico 3. Guamote un Viajer Milenario hacia el corazón de las Lagunas de Atillo .....	113
<b>Tabla 39.</b> Itinerario paquete 3.....	115
<b>Tabla 40.</b> Paquete 1. Guamote Encanto Natural y Cultural 10 pax.....	119
<b>Tabla 41.</b> Paquete 2. Guamote un Mágico recorrido hacia las Dunas de Arena 10 pax....	119
<b>Tabla 42.</b> Paquete 3. Guamote un Viaje Milenario al corazón de las Lagunas de Atillo 10 pax .....	120
<b>Tabla 43.</b> Canales de difusión.....	121
<b>Tabla 44.</b> Género .....	148
<b>Tabla 45.</b> Edad.....	149
<b>Tabla 46.</b> Nivel de Instrucción .....	150
<b>Tabla 47.</b> Recursos Turísticos Naturales .....	151
<b>Tabla 48.</b> Recursos Turísticos Culturales .....	152
<b>Tabla 49.</b> Instalaciones Turísticas.....	153
<b>Tabla 50.</b> Servicios Básicos.....	154
<b>Tabla 51.</b> Vías de Acceso .....	155
<b>Tabla 52.</b> Necesidades Percibidas .....	156
<b>Tabla 53.</b> Servicio Recibido .....	157
<b>Tabla 54.</b> Servicios Turísticos .....	158
<b>Tabla 55.</b> Género .....	159
<b>Tabla 56.</b> Edad.....	160
<b>Tabla 57.</b> Nivel de Instrucción .....	161
<b>Tabla 58.</b> Actividades Turísticas .....	162
<b>Tabla 59.</b> Planta Turística.....	163
<b>Tabla 60.</b> Facilidades Turísticas .....	164
<b>Tabla 61.</b> Innovación .....	165
<b>Tabla 62.</b> Sitios Naturales.....	166
<b>Tabla 63.</b> Manifestaciones Culturales.....	167
<b>Tabla 64.</b> Calidad.....	168
<b>Tabla 65.</b> Oferta Turística.....	169
<b>Tabla 66.</b> Demanda Turística.....	170
<b>Tabla 67.</b> Comercialización.....	171

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Género .....	148
<b>Gráfico 2.</b> Edad .....	149
<b>Gráfico 3.</b> Nivel de Instrucción .....	150
<b>Gráfico 4.</b> Recursos Turísticos Naturales .....	151
<b>Gráfico 5.</b> Recursos Turísticos Culturales .....	152
<b>Gráfico 6.</b> Instalaciones Turísticas .....	153
<b>Gráfico 7.</b> Servicios Básicos .....	154
<b>Gráfico 8.</b> Vías de Acceso .....	155
<b>Gráfico 9.</b> Necesidades Percibidas .....	156
<b>Gráfico 10.</b> Servicio Recibido .....	157
<b>Gráfico 11.</b> Servicios Turísticos .....	158
<b>Gráfico 12.</b> Género .....	159
<b>Gráfico 13.</b> Edad .....	160
<b>Gráfico 14.</b> Nivel de Instrucción .....	161
<b>Gráfico 15.</b> Actividades Turísticas .....	162
<b>Gráfico 16.</b> Planta Turística .....	163
<b>Gráfico 17.</b> Facilidades Turísticas .....	164
<b>Gráfico 18.</b> Innovación .....	165
<b>Gráfico 19.</b> Sitios Naturales .....	166
<b>Gráfico 20.</b> Manifestaciones Culturales .....	167
<b>Gráfico 21.</b> Calidad .....	168
<b>Gráfico 22.</b> Oferta Turística .....	169
<b>Gráfico 23.</b> Demanda Turística .....	170
<b>Gráfico 24.</b> Comercialización .....	171

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1.</b> Proceso metodológico para el diseño del producto turístico .....	67
<b>Ilustración 2.</b> Árbol de Problemas.....	131

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1.</b> Logo del paquete turístico 1 .....	105
<b>Imagen 2.</b> Mapa del Paquete Turístico 1 .....	107
<b>Imagen 3.</b> Logo del Paquete Turístico 2.....	109
<b>Imagen 4.</b> Mapa del Paquete Turístico 2 .....	112
<b>Imagen 5.</b> Logo del paquete turístico 3 .....	114
<b>Imagen 6.</b> Mapa del paquete turístico 3.....	117
<b>Imagen 7.</b> Logo del producto turístico.....	123
<b>Imagen 8.</b> Diseño de Página de Facebook.....	124
<b>Imagen 9.</b> Diseño de Página de Facebook.....	124
<b>Imagen 10.</b> Afiche Publicitario.....	125
<b>Imagen 11.</b> Diseño de la página web .....	126
<b>Imagen 12.</b> Diseño de la página web .....	126
<b>Imagen 13.</b> Diseño de Tripticos.....	127
<b>Imagen 14.</b> Diseño de Trípticos.....	128
<b>Imagen 15.</b> Diseño de una aplicación móvil.....	130
<b>Imagen 16.</b> Diseño de souvenirs.....	130



## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

<b>Fotografía 1.</b> Iglesia de Palmira .....	74
<b>Fotografía 2.</b> Iglesia de Guamote .....	76
<b>Fotografía 3.</b> Estación del Tren Guamote .....	78
<b>Fotografía 4.</b> Hacienda Totorillas.....	80
<b>Fotografía 5.</b> Feria de Guamote.....	82
<b>Fotografía 6.</b> Fábrica El Cebadeño .....	83
<b>Fotografía 7.</b> Carnaval de Guamote .....	85
<b>Fotografía 8.</b> Puente Negro .....	87
<b>Fotografía 9.</b> Talabartería El Rodeo.....	88
<b>Fotografía 10.</b> Lagunas de Atillo .....	90
<b>Fotografía 11.</b> Desierto de Palmira .....	91
<b>Fotografía 12.</b> Páramo Pull Quishuar.....	93
<b>Fotografía 13.</b> Páramo San Vicente de Tablillas.....	94
<b>Fotografía 14.</b> Mirador de Ushubug.....	95
<b>Fotografía 15.</b> Habitantes de la parroquia Matriz del cantón Guamote .....	175
<b>Fotografía 16.</b> Habitantes de la parroquia Matriz del cantón Guamote .....	175
<b>Fotografía 17.</b> Encuesta y entrevista aplicada al presidente de la Junta Parroquial de Palmira.....	176
<b>Fotografía 18.</b> Habitantes de la parroquia Palmira.....	177
<b>Fotografía 19.</b> Funcionarios del GAD Municipal del cantón Guamote .....	177
<b>Fotografía 20.</b> Funcionarios del GAD Municipal del cantón Guamote .....	178

## RESUMEN

Esta investigación tiene como fin determinar la relación de los productos turísticos con la oferta del cantón Guamate, provincia de Chimborazo. La investigación es de carácter cualitativa y cuantitativa, un diseño de estudio no experimental transversal, en la cual se utilizó el instrumento de la encuesta y la entrevista para las dos variables de estudio, Productos Turísticos (VI) y Oferta Turística (VD), como muestra se tomó a los habitantes de la población económicamente activa del cantón Guamate por parte de la Variable Independiente y a las personas que trabajan en el municipio del mismo cantón por parte de la variable dependiente. Con los datos obtenidos en la aplicación de encuestas se procedió a la comprobación de hipótesis la general y específicas utilizando el programa SPSS versión 25 aplicando el coeficiente de correlación de Alfa de Cronbach, que permitió determinar la relación de los productos turísticos y sus componentes con la oferta del cantón Guamate seguido de la presentación de las encuestas. Elementos que permitieron direccionar una propuesta que consiste en un producto turístico para el cantón Guamate como respuesta al problema de la investigación. El producto consistió en el análisis de la situación actual de la actividad turística y sus factores, además se identificó la metodología para el diseño del mismo y se realizaron las fichas de evaluación técnica de los atractivos turísticos que forman parte del producto. Esta propuesta busca mejorar, innovar y direccionar de forma adecuada la oferta del cantón de tal forma que responda a las necesidades de la demanda y cubra sus expectativas.

**Palabras clave:** Productos turísticos, oferta, demanda, necesidades y expectativas.

## ABSTRACT

This research aims to determine the relationship of tourism products with the offer of Guamote canton, Chimborazo province. This study is qualitative and quantitative, a nonexperimental cross-sectional study design, in which the survey instrument and the interview were used for the two study variables, Tourist Products (VI) and Tourist Offer (VD). The sample was taken from the inhabitants of the economically active population of Guamote canton by the Independent Variable and the people. They work in the municipality of the same canton by the dependent variable. With the data obtained in the application of surveys, the general and specific hypotheses were tested using the SPSS version 25 program, applying the Cronbach's alpha correlation coefficient. It permitted determining the relationship of tourism products and their components with the offer of Guamote canton, and the presentation of the surveys. These elements permitted directing a proposal that consists of a tourist product for Guamote canton in response to the research problem. The product consisted of analyzing the current situation of the tourist activity and its factors. In addition, the methodology for its design was identified, and the technical evaluation sheets of the tourist attractions were made. This proposal seeks to improve, innovate and adequately direct the supply of the canton so that it responds to the needs of the demand and meets their expectations.

**Keywords:** Tourism products, supply, demand, needs, and expectations



Firmado electrónicamente por:

**LORENA DEL  
PILAR SOLIS  
VITERI**

Reviewed by:

Mgs. Lorena Solís Viteri

ENGLISH PROFESSOR

c.c. 060335678

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El Turismo hoy en día es una de las actividades más importantes para la economía del país debido a su gran dinamismo y capacidad de desarrollo, aprovechando la riqueza natural y cultural que posee Ecuador en sus diferentes regiones, culturas. Guamote siendo un paraíso terrenal situado en el centro de la provincia de Chimborazo en Ecuador. Se encuentra situado en la parte central del callejón interandino, al sur de la provincia de Chimborazo, junto a la panamericana Sur que atraviesa el cantón, a 50 Km de la ciudad de Riobamba. Por su cabecera cantonal atraviesa la vía panamericana que une al norte, centro y sur del Ecuador. La arquitectura de los bellos pueblos de este cantón y de sus comunidades indígenas, mantienen características que unen el pasado con el presente, es evidente el gran potencial que posee para la creación y oferta de nuevos productos turísticos para el consumo del turista. Sin embargo, la oferta turística del cantón presenta un diseño inadecuado que ha limitado la creación de nuevos productos turísticos, justamente es esa la razón principal de la investigación.

De este modo se evidencia a ciencia cierta que dentro de la oferta turística del cantón uno de los mayores problemas es que los habitantes no manejan correctamente el diseño y comercialización de sus productos. En relación a los productos turísticos, se ha visto amenazado por diversos factores que influyen en el desarrollo de la oferta turística como el limitado acceso a información y desconocimiento acerca de los atractivos y productos con los que cuenta el cantón, además de un inadecuado posicionamiento del producto frente a otros de la competencia. Por tal motivo este trabajo de investigación busca analizar la oferta turística del cantón Guamote y sus componentes, a su vez aportar con el diseño de un producto turístico que contribuya al desarrollo del turismo que ayudará enormemente a mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón.

La investigación se realizará en vista de la problemática existente en el cantón, que corresponde a la Limitada Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Es necesario conocer los objetivos de la investigación por lo que el objetivo general de la investigación es “Determinar la relación de los productos con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo”, teniendo a su vez como objetivos específicos: “Determinar la relación de los recursos turísticos con la oferta turística del cantón Guamote,

provincia de Chimborazo. Determinar la relación de la infraestructura con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Determinar la relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo”. Se tomó en cuenta las dimensiones de las dos variables y haciendo hincapié en la variable independiente las siguientes: Recursos Turísticos, Infraestructura Turística, Motivaciones y expectativas del turista, muy importantes porque ayudarán al desarrollo correcto de la investigación. El estudio se realizará a través de una investigación no experimental, transversal y correlacional.

A continuación, la descripción de los capítulos que tiene la investigación:

En el desarrollo del Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema donde se analizarán aspectos relevantes como la situación problemática, la justificación y los objetivos de la investigación e hipótesis.

Durante el Capítulo II corresponderá al marco teórico, donde se realizará la revisión de investigaciones referentes a los temas que se van a tratar a lo largo del desarrollo en el proyecto de investigación.

En el Capítulo III se presentará la metodología, se detalla el tipo y diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos, los mismos que serán validados por expertos, para la recolección favorable de datos que luego de ser analizados e interpretados con la finalidad de obtener información arrojada primordial para la continuidad de la investigación.

Teniendo además en el Capítulo IV la comprobación de las hipótesis, general y específicas, que tendrá como resultado la aceptación o el rechazo de la hipótesis nula en cada una de las hipótesis de estudio. Finalmente se formularán conclusiones y recomendaciones a partir de la información recolectada de la comprobación de hipótesis, a través de su análisis que nos llevará a la ejecución y diseño de la propuesta.

## **1.2. Situación Problemática**

El cantón Guamate, es uno de los once cantones de la provincia de Chimborazo, en la actualidad no es considerado como un cantón turístico, debido a que su economía gira en torno a la agricultura y la ganadería. La limitada oferta turística, es el factor principal por el cual el desarrollo turístico del cantón se ha visto afectada, debido a que no se tiene un nicho de mercado identificado, para generar actividades o facilidades que puedan garantizar la satisfacción del cliente, a esto se suma el escaso interés en dar valor agregado en las actividades turísticas empíricas ofrecidas, además de la inadecuada infraestructura turística, ya que se evidencia la presencia de un mayor número de establecimientos de alimentos y bebidas, que están enfocados en atender a la población rural, que se convierte en su principal fuente de ingresos económicos y un solo establecimiento de alojamiento que sirve también como un lugar de arrendamiento, así también las actividades turísticas existentes se desarrollan en un porcentaje mínimo, lo cual genera una baja afluencia de la demanda turística.

Por otra parte el desaprovechamiento del potencial turístico del cantón, que se produce por el desconocimiento de la población local sobre los recursos turísticos existentes y en materia turística, provocando una notoria deficiencia en la actividad turística como dinamizador económico, el escaso nivel de políticas que incentiven la actividad turística, la falta de apoyo e interés de las autoridades para el desarrollo adecuado del turismo, lo que da como resultado un bajo nivel de inversión en emprendimientos e innovación turística, finalmente la limitada promoción y difusión de los atractivos existentes en la localidad, que es el mayor referente a la oferta, lo que ha provocado que el desarrollo turístico sea en un nivel mínimo, se ha observado que las estrategias turísticas de promoción han sido muy limitadas, no en su totalidad pero en la gran mayoría se las ha realizado de una manera empírica o por la solicitud emergente de las autoridades de turno de realizar una u otra actividad por fiestas cantonales y demás. No se han planteado estrategias integrales y continuas de promoción basadas en información relevante que nos permita estimar resultados e impactos en la sociedad de una manera clara y precisa.

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general**

¿De qué manera se relaciona los productos con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

#### **1.3.2. Problemas específicos**

- ¿De qué manera se relacionan los recursos turísticos con la oferta del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?
- ¿De qué manera se relaciona la infraestructura con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?
- ¿De qué manera se relacionan las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

### **1.4. Justificación**

#### **1.4.1. Justificación teórica**

La presente investigación se realiza teniendo como objetivo principal el contribuir con mayor conocimiento acerca de la relación entre los Productos y la Oferta Turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote provincia de Chimborazo, la cual puede ser aprovechada como una fuente de conocimiento que aporte información importante sobre el tema en cuestión, esperando que la misma sirva de línea base contribuyendo a futuras investigaciones teniéndolo como antecedente por parte de la academia y por quienes lo necesiten. Los resultados que puedan ser obtenidos de esta investigación podrán ayudar a la creación de una propuesta que permita mejorar el tema de Oferta Turística en el cantón, con la participación de todos los pobladores del sector y otros actores involucrados que contribuyan a la creación de productos turísticos innovadores, nuevos, ajustados a la realidad actual, mismos que se beneficiaran al poseer productos turísticos capaces de atraer a turistas que ayuden a contribuir al desarrollo turístico del sector.

#### **1.4.2. Justificación práctica**

Debido a la existencia de un alto potencial turístico en el cantón Guamote, pero a la vez la deficiente gestión y la despreocupación de la población del lugar en la poca estructuración y diseño de productos turísticos se ha realizado esta investigación que busca mediante el aprovechamiento de estos recursos la creación de productos turísticos únicos contribuyendo

al fortalecimiento de la Oferta Turística del cantón, donde se dé a conocer la riqueza natural y cultural que posee a través del aprovechamiento de las facilidades, atractivos, servicios y actividades turísticas existentes. Es necesario que los productos turísticos deban ser bien estructurados y orientados a las necesidades, gustos y preferencias del turista potencial que podrían llegar a visitar el lugar. Se pretende que la propuesta sugerida en un futuro sirva de base para la creación de nuevos productos turísticos de igual modo con el aprovechamiento correcto de los recursos turísticos evidentes en el cantón Guamote. El fortalecimiento de la Oferta Turística del cantón Guamote a través de la creación de productos turísticos nuevos e innovadores ayudará a captar la atención de más turistas lo que a su vez beneficiará enormemente al desarrollo turístico del cantón ofreciendo servicios de calidad para la satisfacción del cliente y mejorando la calidad de vida de las familias del sector que se verán beneficiados con mayores ingresos económicos por la práctica de Turismo y el aumento de la demanda turística.

### **1.3.3. Justificación metodológica**

La investigación se lo realiza gracias al apoyo de métodos y técnicas que posibilitan la obtención de información. El emplear una metodología adecuada ayuda determinar la confiabilidad y validez de la presente investigación, por lo tanto, se utiliza un método cuantitativo, descriptivo y correlacional, donde se evidencia el uso de encuestas teniendo al cuestionario como instrumento de investigación para recabar la información necesaria de las variables propuestas realizando el estudio correlacional de las variables a través de un análisis estadístico utilizando los programas Excel y SPSS, los mismos que permiten conocer, procesar y analizar datos importantes de la población de estudio y arrojando las pautas necesarias para alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.



## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar la relación de los productos con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Determinar la relación de los recursos turísticos con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación de la infraestructura con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

## **1.6. Hipótesis**

### **1.6.1. Hipótesis general**

Existe relación entre los productos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

### **1.6.2. Hipótesis específicas**

- Existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Existe relación entre la infraestructura y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Existe relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

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

Se puede evidenciar que existen diferentes investigaciones referentes a las variables de investigación a nivel local:

Según la autora Carmen Puertas en su proyecto de investigación titulada “Productos y oferta turística en la parroquia Cacha, cantón Riobamba, en el año 2020, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera en la Universidad Nacional de Chimborazo, llega a la conclusión: se pudo establecer que no existe relación entre los productos y la oferta turística en la parroquia Cacha, cantón Riobamba, lo cual quiere decir que no se ha evidenciado nuevos productos o servicios turísticos, a pesar de los resultados obtenidos, se concluye que la oferta turística es importante, ya que dan promoción y comercialización de los diferentes destinos con los que cuenta el sector y atraer nuevos clientes. A pesar de ello se realizó un diagnóstico situacional que manifestó las debilidades en la oferta turística, y como consecuencia se elaboró una propuesta en la que se diseñaron estrategias como alternativa para mejorar la oferta turística en la parroquia Cacha.

Además, también se puede evidenciar que no existen muchas investigaciones referentes a las dos variables de investigación a nivel nacional, pero se ha considerado mencionar algunas investigaciones que estudian la variable problemática:

Según los autores Moposita, E., Salazar, E., & Román, F. en su investigación titulada “Análisis de la oferta turística para las parroquias Malacatos y Vilcabamba, en la provincia de Loja”, en el año 2017, para la participación de ponencia en el II Congreso: Ciencia, Sociedad e Investigación Universitaria, en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, llegando a la conclusión: La creación de un catálogo de ofertas turísticas es una de las fuentes más importantes para la orientación de los posibles turistas, puesto que permitirán el logro de buenas expectativas en cuanto a los lugares visitados. Del mismo modo, se establece que la información sistematizada y debidamente caracterizada permite el mejor conocimiento acerca de las ofertas turísticas que poseen las parroquias Malacatos y Vilcabamba. Así también, se instituye que el turismo a nivel local e internacional es una de las fuentes de generación de economía más importantes dentro del mundo, logrando así grandes aportes para el desarrollo del mismo.

Por último, también se puede evidenciar que no existen muchas investigaciones referentes

a las dos variables de investigación a nivel internacional, pero se ha considerado mencionar algunas investigaciones que estudian la variable problemática siendo estos los siguientes:

Según los autores Azpelicueta, M., Cardona, J., & Sellarés, M. en su investigación titulada “La Oferta Turística de la Ciudad de Ibiza en el Siglo XXI: Patrimonio de la Humanidad y Establecimientos de Lujo”, en el año 2017, en la Universidad de Anáhuac de la ciudad de México, llega a la conclusión: se realiza una descripción de las dos ofertas principales: el turismo patrimonial y el turismo de lujo. Estos dos tipos de oferta buscan revitalizar un destino maduro especializado en el turismo de sol y playa. El trabajo se basa en la revisión de la prensa local y estudios previos sobre el destino, completado con la visita e inspección de la oferta existente en la ciudad de Ibiza. La oferta patrimonial está basada en la ciudad histórica. Se han realizado diversas acciones para mejorar la presentación del patrimonio histórico de la ciudad, pero la ciudad histórica sigue siendo una zona con poca población y envejecida, no consiguiendo atraer nuevos residentes. El turismo de lujo tiene un importante impacto mediático en los últimos años gracias a los muchos proyectos de modernización de la oferta hotelera. Este tipo de oferta tiene su epicentro en el Paseo Marítimo, al otro lado de la bahía y frente a la ciudad histórica.

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

La epistemología es el estudio del conocimiento de esta manera la epistemología establece una revisión del conocimiento de determinado tema y ofrece criterios para la aceptación de ese conocimiento, por tal razón es necesario un análisis amplio de ambos términos.

### **2.2.1. Epistemología de producto turístico**

Según (Saravia & Muro, 2016), el producto es principalmente un conjunto de servicios compuesto por una combinación de elementos que presentan toda una serie de características diferenciadoras y propias de la actividad turística: intangibilidad (los servicios no pueden ser propiedad de un consumidor, sino que son ejecutados y evaluados en base a unos resultados y experiencias); caducidad (los servicios son perecederos, si no se usan en un momento concreto se pierden para siempre al no poderse almacenar); inelasticidad de la oferta (los productos turísticos no se adaptan bien a los cambios a corto plazo de la demanda, ya que dependen de toda una serie de infraestructuras ya existentes como hoteles, transportes, habitaciones disponibles, etc.); elasticidad de la demanda (la demanda de productos turísticos reacciona rápidamente ante cambios del entorno o amenazas en la seguridad, cambios

económicos o la aparición de nuevas tendencias de moda); complementariedad (el producto turístico no es un servicio único, sino que se compone de varios subproductos complementarios y si se produce un fallo en alguno de ellos la calidad total del producto final puede verse comprometida).

Según (MINTUR, 2019) el producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes. Los productos turísticos que se desarrollan en torno a un atractivo turístico, deben contar con componentes, servicios o espacios, que complementen la experiencia de visita, facilitando el acceso al sitio, el desarrollo de actividades, acceso a servicios de alimentación y compra de recuerdos, es decir, que todos estos servicios integrados, brinden la mayor satisfacción y cumplimiento de expectativas de los visitantes en un solo espacio.

Según (UNWTO, 2020) es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. Entre los componentes del Producto Turístico tenemos:

- Atractivos Turísticos
- Accesibilidad
- Infraestructura
- Planta Turística
- Facilidades
- Servicios Complementarios.

### **2.2.2. Epistemología de oferta turística**

Según (Socatelli, 2016) es conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado,

para ser usado o consumido por los turistas. La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado meta, es lo que se define como el producto turístico. Desde la perspectiva de la planificación, el producto turístico de un destino en específico, es la adecuada disposición y aprovechamiento de los elementos que conforman su patrimonio turístico y que se conjuntan en una gran variedad de servicios que se ofertan en el mercado, con el fin de atraer a un determinado número de consumidores, siendo éstos los turistas que potencialmente visitarán dicho lugar. La oferta turística, más allá de los distintos oferentes de productos y servicios, está formada por todos los componentes del patrimonio turístico de un lugar, el cual está constituido por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posibles su acceso y funcionamiento.

Para (UCIPFG Internacional, 2018) La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

Según (Sancho A. , 2017) es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable en la definición de “usuario turístico”.

## **2.3. Estado del Arte**

### **2.3.1. Variable Independiente: Productos Turísticos**

“El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador”. (García & Doumet, 2017). El objetivo de este trabajo fue el diseño de un producto turístico comunitario (PTC) para la diversificación de las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador, cuyo fin fue contribuir al desarrollo de las comunidades de Cabello, Sarampión, Chapulí, Primera Piedra, Julián y la Esperanza. La base de este trabajo fue el diagnóstico turístico situacional y la recopilación de información se basó en las dimensiones social, económica, política e institucional. Se realizó una valoración de la gestión turística mediante la aplicación de la matriz DAFO para identificar estrategias dirigidas a la potencialización de los recursos naturales y culturales que caracterizan el área objeto de estudio. Se realizó un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda actual y potencial.

En el artículo titulado “Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local”. (Ramírez, 2019). Se establece que las nuevas exigencias sociales, económicas y ambientales hacen necesario el diseño de productos turísticos donde la comunidad local sea considerada como el pilar fundamental para su creación y desarrollo. En este sentido, el objetivo central de la presente investigación es elaborar una propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos a partir de la participación y gestión de este actor. En este sentido, la revisión de diferentes propuestas destaca la necesidad de crear una metodología para desarrollar productos turísticos a través de la comunidad local, pues es ella quien resalta como un actor olvidado en la generación y gestión de los productos turísticos. De esta forma, y cubriendo este vacío, la propuesta metodológica se compone de ocho etapas: I) Sensibilización de la comunidad local, II) Contextualización del lugar, III) Diseño del producto turístico, IV) Identificación y análisis de la demanda, V) Decisión del precio, VI) Comercialización, VII) Prueba de Mercado y VIII) Puesta en marcha del producto turístico y seguimiento. Si bien, la generación de productos turísticos es una labor heterogénea, y depende de muchos elementos intrínsecos y extrínsecos; este documento pretende ser una guía general que ayude a la integración de los residentes del destino como gestores de la actividad turística.

“Modelo de gestión para mejorar el producto turístico en el sector hotelero de la parroquia Crucita”. (Cevallos & Ruiz, 2020). Este trabajo destaca que el turismo impacta directa o indirectamente en el espacio económico, social, cultural, y ambiental de todos los países, por lo que cobra vital relevancia la gran cantidad de productos que lo integran. Desde la noción precedente se planteó como objetivo general “Estructurar un modelo de gestión hotelera para mejorar los productos turísticos en la Parroquia Crucita”, para cumplir lo propuesto se utilizó un tipo de investigación mixta, con técnicas cuantitativas (análisis situacional, encuesta a visitantes) y cualitativas (búsqueda bibliográfica, documental), por medio de pasos puntuales como definir el objeto y área de estudio, recolección de información y devolución de la información, por medio de una propuesta de un modelo de gestión para los establecimientos de alojamientos turísticos de la parroquia Crucita. Entre las conclusiones se destaca que el diseño e implementación de un modelo de gestión impulsaría al sector hotelero; ya que su planificación y estructura le brinda alternativas para mejorar cada una de las áreas y departamentos de la organización de alojamiento, lo que se traduciría en una mayor demanda del servicio.

### **2.3.2. Variable Dependiente: Oferta Turística**

“Concurrencia de turistas en el Paseo de la Juventud y plan de dinamización para su inserción en la oferta dentro del circuito turístico de Guayaquil, Ecuador”. (Zerda, Gutiérrez, Cruz, & Cali, 2018). El objetivo del trabajo fue analizar cómo influye la concurrencia de turistas en el Paseo de la Juventud mediante un estudio de campo para proponer un plan de dinamización que permita su inserción en la oferta dentro del circuito turístico de Guayaquil. El plan contempla que el Paseo de la Juventud se convierta en un punto de información turística de la ciudad Guayaquil, además de un lugar de realización de eventos culturales para jóvenes y de difusión de la cultura a través de la venta de artesanías. Esto implica que el plan de dinamización tiene dos ejes principales, la implementación o mejoras desde el equipamiento, iluminación y seguridad hasta un aspecto que se enfoque al ámbito ambiental, además de la inclusión del Paseo de la Juventud en el circuito turístico de la ciudad de Guayaquil.

“Oferta y demanda de los recursos turísticos Reserva Forestal Protectora Cerro Quiníní (Tibacuy-Cundinamarca)”. (Catellanos, Ariza, & Catrillón, 2019). En esta investigación se analizó tanto la oferta como la demanda turística para lo cual se evaluaron los recursos

turísticos y se caracterizó la demanda turística en las zonas de uso público de la Reserva Forestal Protectora del Cerro Quininí (RFPCQ), en la región de Sumapaz (Tibacuy, Cundinamarca, Colombia), con el fin de presentar un diagnóstico de la actividad turística en la zona y convertirse en el insumo para la planeación y concreción de un plan de manejo de la actividad turística. La metodología para la evaluación de la oferta frente a la gestión del turismo se realizó a través de entrevistas, caminatas y talleres con expertos locales y la comunidad de la zona, se obtuvo información para la identificación y clasificación de los recursos turísticos biofísicos, culturales y arqueológicos. Por otro lado, se evaluó la demanda de estos recursos con la aplicación de una encuesta para obtener el perfil de los visitantes, cuyos datos se analizaron por medio de la técnica de análisis de correspondencias múltiples que presentó información sobre tendencias y preferencias. La correlación entre la oferta de los recursos y la demanda se articularon en un análisis Dofa que permite la toma de decisiones frente al turismo como una estrategia de conservación y protección en el área de estudio. Con los resultados se obtiene el diagnóstico de la oferta y demanda turística, que sirve como base para el diseño del plan de manejo turístico orientado a las necesidades y conservación de la RFPCQ.

“La oferta turística dark en Recife (Pernambuco - Brasil) ¿Una nueva forma de practicar el turismo urbano?”. (Körössy, Araújo, & Andrade, 2018). El artículo claramente nos muestra como cada vez más prácticas turísticas alternativas, creativas e innovadoras, ganan espacio en el mercado turístico. En este escenario, las experiencias relacionadas con lo sobrenatural, el terror, la muerte, los cementerios y los fantasmas, temas que despiertan el interés de turistas y residentes, han sido instrumentalizadas para diseñar nuevos productos turísticos urbanos. Esta tendencia se ha observado principalmente en la última década en Recife (Pernambuco, Brasil), ciudad donde las historias de fantasmas y leyendas urbanas, muchas de ellas relatadas en las obras del sociólogo Gilberto Freyre, atraviesan el imaginario popular cotidiano. Así, el objetivo de esta investigación es discutir cómo la oferta turística "dark" de Recife puede constituirse en una nueva práctica de turismo urbano. De esta manera, se mapearon los productos turísticos de la ciudad relacionados con la temática dark y los respectivos actores involucrados, de modo de comprender la forma en que actúan al crear, comercializar y brindar dichos productos. La metodología empleada fue un estudio de caso de carácter cualitativo, utilizando como técnicas de recolección de datos la investigación documental, la



observación no participante y la realización de entrevistas semiestructuradas con los actores relacionados a la oferta. Se observó que las historias y leyendas de fantasmas han sido teatralizadas y categorizadas como un nuevo producto turístico urbano, proporcionando relaciones diferenciadas del individuo con el lugar, contribuyendo a una nueva mirada sobre la ciudad de Recife.

## **2.4. Bases Teóricas**

### **2.4.1. Bases teóricas de la variable independiente**

#### **Recursos Turísticos Naturales**

Se entiende por recursos naturales aquellas condiciones o atributos que cuantitativa y cualitativamente conforman el espacio geográfico, lo diferencian y lo diversifican. Constituyen “a priori” recursos turísticos potenciales. Asumen un gran protagonismo tanto en el turismo como en el contexto de otras actividades económicas (Marín, 2016).

#### **Recursos Turísticos Culturales**

Un objeto o localización específica asociada con la actividad humana, ocupación, o un uso identificable mediante inventario, documentación histórica o evidencia oral. Los recursos culturales son prehistóricos, históricos, arqueológicos, son sitios arquitectónicos, estructuras, lugares, u objetos y propiedades de cultura tradicional (Torres A. , 2018).

#### **Instalaciones**

Las instalaciones turísticas, constituyen una figura central del proceso de conversión de un recurso natural o cultural en un atractivo turístico. Son todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas (Navarro, 2016).

#### **Servicios Básicos**

Servicios básicos o públicos, es todo aquello que se encuentra vinculado a la comunidad y que, por lo tanto, suele ser gestionado por el Estado. Se denomina servicio público, a la actividad que desarrolla un organismo estatal o una entidad privada bajo la regulación del Estado para satisfacer cierta necesidad de la población (Porto & Merino, 2016).

#### **Vías de acceso**

Medio a través del cual se llega al centro, es decir, si es por acceso directo, si han sido enviados por los servicios sociales, si proceden de prisiones, hospitales o emergencias, si lo hacen desde otros centros que atienden específicamente a personas sin hogar u otras formas

de acceso (Jara E. , 2019).

### **Necesidades**

Estado de carencia percibida que puede ser física (de alimento, abrigo, seguridad) o mental (de pertenencia, afecto conocimiento y autoexpresión) del que es difícil sustraerse porque genera una discrepancia entre el estado real (lo que es en un momento dado) y el deseado (que supone el objeto, servicio o recurso que se necesita para la supervivencia, bienestar o confort) (Thompson, 2016).

### **Calidad del servicio**

La línea que separa las evaluaciones de la calidad de las otras tendencias de evaluación de experiencias de servicio no está muy bien definida. Para los propósitos de este trabajo se tomará únicamente el concepto de calidad (Duque, 2015).

### **Satisfacción**

Es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio (Sancho A. , 2015).

## **2.4.2. Bases teóricas de la variable dependiente**

### **Actividades Turísticas**

Encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar (Jaramillo, 2017).

### **Planta Turística**

Son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen (Guevara, 2018).

### **Facilidades Turísticas**

Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que, sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento,

los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte (Sammarchi, 2017).

### **Innovación**

Es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado (García F. , 2016).

### **Sitios Naturales**

Se refiere a los diferentes lugares que tengan un interés paisajístico, también se incluye a la fauna, flora, caza o pesca; excluye todo lo que sea equipamiento o actividades que se pueden realizar (Valcárcel, 2017).

### **Manifestaciones Culturales**

Son todas las expresiones y sentimientos que reflejan la identidad cultural, social y los valores de una comunidad, que son comunicadas y transmitidas de una generación a otra (Gentile Pappalardo, 2019).

### **Servicios Turísticos**

Consiste en la prestación de un servicio que se contrata para satisfacer las necesidades de clientes en el marco del respeto y las leyes como resultado de una actividad turística. Surgen por la necesidad de atender las demandas de los usuarios y conlleva a la satisfacción de las mismas (Ministerio de Turismo., 2020).

### **Oferta**

Es el conjunto de bienes y/o servicios que están dispuesto para ser vendido en el mercado, en determinado momento y precios concretos, está dada por los productos y servicios disponibles para el consumidor (Riquelme, 2020).

### **Demanda**

Es la cantidad de bienes y servicios requeridos por la sociedad, en un determinado lugar, precio, tiempo o espacio (Vallejo Chávez, 2016).

### **Comercialización**

Conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura., 2018).

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño de investigación

#### 3.1.1 Tipo de investigación

**Investigación documental:** La investigación documental es detectar, obtener y consultar la biografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio (Sampieri, 2015).

Para desarrollar la presente investigación será necesaria la búsqueda de información en artículos científicos, libros, tesis, sitios web los mismos que son imprescindibles para la realización del marco teórico de esta investigación.

**Investigación de campo:** es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados. En esta investigación no se modifican ni manipulan variables; es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. En la investigación de campo también se emplean datos secundarios, los cuales pueden provenir de fuentes bibliográficas (Cajal, 2016).

Este tipo de investigación tiene gran relevancia debido a que se realizarán visitas insitu al cantón Guamote para recolectar datos que aporten al proyecto, debido a que en el cantón existen muchas comunidades que no tienen acceso a internet por lo que es necesario llegar hasta esos sectores para recolectar información, estos datos se apoyarán en los datos recolectados por medio de encuestas virtuales debido a la situación presente por la pandemia del COVID-19.

**Investigación cuantitativa:** La investigación cuantitativa es el tipo de investigación donde se producen datos numéricos y los cualitativos dan como resultado información o descripciones de situaciones, eventos, gentes, acciones recíprocas y comportamientos observados, citas directas de la gente y extractos o pasajes enteros de documentos, correspondencia, registros y estudios de casos prácticos, a trata de determinar la fuerza de las asociaciones o correlación entre variables, la generalización y objetivización de los resultados a través de una muestra para ser inferencia en una población. (Rendón, 2016).

Se aplicarán técnicas estadísticas para recolectar información en base a encuestas

aplicadas de forma física y virtual a los trabajadores del Municipio, juntas parroquiales y a los pobladores económicamente activa del cantón Guamate. Estos datos serán recolectados a través de una base de datos en Excel para posteriormente analizarlo en el programa estadístico SPSS.

**Investigación cualitativa:** La investigación cuantitativa es aquella donde se recogen y analizan datos cuantitativos, por su parte la cualitativa evita la cuantificación; sin embargo, los registros se realizan mediante la narración, la observación participante y las entrevistas no estructuradas, a trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, la relación y estructura dinámica (Rendón, 2016).

Se aplicarán técnicas estadísticas para recolectar información a través de las encuestas aplicadas en la localidad, las mismas que tendrán una valoración a través de la escala de Likert.

### **3.1.2. Diseño de la investigación**

**No experimental:** Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes (Ruiz, 2018).

Se aplicará este tipo de investigación debido a que las variables de estudio de la investigación no van a ser manipuladas.

**Transversal:** recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Rodríguez, 2018).

La investigación solo recolectará y analizará datos en un periodo de tiempo específico, donde se describe la variable dependiente e independiente analizando su relación.

**Correlacional:** tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables, La utilidad de este tipo de investigación es saber cómo se puede comportar un

concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas (Ruiz, 2018).

Se estimará la correlación que existe entre las variables, en este caso la influencia significativa que existe entre la gestión del patrimonio cultural inmaterial y el desarrollo turístico.

### **3.2. Población de estudio**

#### **Población de la Variable Independiente: Producto Turístico**

**Población 1:** Está constituida por la población económicamente activa del cantón Guamote durante el año 2020, el mismo que está constituido por 11631 personas; dato obtenido del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guamote del año 2015- 2019 (PDOT).

#### **Población de la Variable Dependiente: Oferta Turística**

**Población 2:** Está constituida por las autoridades del GAD cantonal y juntas parroquiales del cantón Guamote. Contando con 276 funcionarios; dato del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guamote del año 2015- 2019 (PDOT).

### **3.3. Selección de la muestra**

Para la selección de la muestra se aplicará el muestreo probabilístico debido a que es el método más recomendable si se está haciendo una investigación cuantitativa porque todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra. "Cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados". El muestreo probabilístico simple es un método de los más sencillos de aplicar, se caracteriza porque cada unidad que compone la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionado (PINEDA et al 1994:114).

Para determinar el tamaño de la muestra de la población de estudio se empleó la fórmula desarrollada por (Álvarez, 2018).

### **3.4. Tamaño de muestra**

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

### Fórmula:

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

*Fuente:* Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

*Autor:* Dr. José Álvarez Román

### Dónde:

**n**= tamaño de la muestra

**E**= Error máximo admisible

**Z**= nivel de confianza deseado

**N**= tamaño de la población

**p**= probabilidad de éxito

**q**= probabilidad de fracaso (Álvarez, 2018).

### Cálculo de la muestra 1:

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

$$n = \frac{(0,50)(0,50) \cdot 11\,631}{\frac{(11\,631 - 1)0,05^2}{1,96^2} + (0,50)(0,50)} = 358 \text{ personas}$$

**MUESTRA 1:** n= 358 personas

### Cálculo de la muestra 2:

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

$$n = \frac{(0,50)(0,50) \cdot 276}{\frac{(276 - 1)0,05^2}{1,96^2} + (0,50)(0,50)} = 88 \text{ personas}$$

**MUESTRA 2:** n= 88 personas

## 3.5. Variables Independiente y Dependiente

**Tabla 1.** Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	CONCEPTO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> Producto Turístico	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas del turista, siendo percibidos como una experiencia turística (MINCETUR, 2016).	Un producto turístico es el conjunto de atractivos, facilidades, infraestructura, servicios complementarios que en conjunto tienen un valor significativo que es puesto al mercado con la intención de que sean consumidos por clientes que son los turistas.	Recursos Turísticos	-Recursos Naturales -Recursos Culturales	<b>Diseño</b> No experimental, transversal, correlacional <b>Método:</b> Científico <b>Técnica:</b> Encuestas <b>Instrumento:</b> Cuestionario
			Infraestructura Turística	-Instalaciones -Servicios Básicos -Vías de acceso	
			Motivaciones y expectativas del turista	-Necesidades -Calidad del servicio -Satisfacción	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> Oferta Turística	Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli, 2016).	Es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado turístico.	Productos Turísticos	-Actividades Turísticas -Planta Turística -Facilidades Turísticas -Innovación	<b>Diseño</b> No experimental, transversal, correlacional <b>Método:</b> Científico <b>Técnica:</b> Encuestas <b>Instrumento:</b> Cuestionario
			Atractivos Turísticos	-Sitios Naturales -Manifestaciones Culturales -Servicios Turísticos	
			Mercado Turístico	-Oferta -Demanda -Comercialización	

*Elaborado por:* Paulina Chafla



**Tabla 2.** Matriz de Consistencia

VARIABLE	DIMENSIONES	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p><b><u>Producto Turístico</u></b>                      Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas del turista, siendo percibidos como una experiencia turística (MINCETUR, 2016).</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p><b><u>Oferta Turística</u></b>                      Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli, 2016).</p>	-Recursos Turísticos	¿De qué manera se relaciona los productos con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de los productos con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	Existe relación entre los productos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
	-Infraestructura Turística	<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>
	-Motivaciones y expectativas del turista	¿De qué manera se relacionan los recursos turísticos con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de los recursos turísticos con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	Existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
	-Productos Turísticos	¿De qué manera se relaciona la infraestructura con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de la infraestructura con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	Existe relación entre la infraestructura y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
	-Atractivos Turísticos	¿De qué manera se relacionan las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	Existe relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
-Mercado Turístico				

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **3.6. Técnicas e instrumentos de la investigación**

#### **3.6.1. Técnicas**

Las técnicas utilizadas en esta investigación son la encuesta y la entrevista, en la cual se formuló una serie de preguntas que permitan obtener información tanto de los habitantes como las autoridades del GAD cantonal y de las Juntas Parroquiales del cantón Guamote.

#### **3.6.2. Instrumentos**

**Cuestionario de encuesta:** Se realizó dos cuestionarios con un formato de escala de Likert, el uno para obtener información referente a los productos turísticos y la otra para la oferta turística. Los instrumentos para la recolección de datos se manejaron en base a la escala de Likert, el mismo que permite medir la opinión de un individuo sobre un tema a través del cuestionario que identifica el grado de acuerdo o desacuerdo de cada pregunta, por tanto, facilita el procesamiento de los datos y la tabulación y análisis de resultados utilizando los programas estadísticos.

**Guía de entrevista:** Se realizó una guía de entrevista con un formato de preguntas abiertas para obtener información referente a la Oferta turística que ayudará al desarrollo de la investigación.

#### **3.6.3. Validez de los instrumentos**

La validez y confiabilidad reflejan la manera en que el instrumento se ajusta a las necesidades de la investigación. La validez hace referencia a la capacidad de un instrumento para cuantificar de forma significativa y adecuada el rasgo para cuya medición ha sido diseñado. Es decir, que mida la característica (o evento) para el cual fue diseñado y no otra similar (Hurtado, 2016).

#### **3.4.3. Selección de los expertos**

En el proceso de validación de los instrumentos de esta investigación se tomó en cuenta a 4 expertos considerando su trayectoria, experiencia y sobre todo sus conocimientos en el ámbito educativo y turístico, a continuación, se detalla la información de los expertos en cuestión.

**Tabla 3.** Tabla de Selección de expertos

<b>Nombres y Apellidos del experto</b>	<b>Cargo</b>	<b>Carrera</b>
PhD. Silvia Marieta Aldaz Hernández	Docente	Gestión Turística y Hotelera
Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre	Docente	Gestión Turística y Hotelera
Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo	Docente	Gestión Turística y Hotelera
Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera	Docente	Gestión Turística y Hotelera

*Fuente:* Dirección de Carrera

*Elaborado por:* Paulina Chafla

De acuerdo a los resultados obtenidos en la validación de los expertos se ratifica que los instrumentos diseñados para la recolección de datos han sido corregidos y debidamente aprobados para su aplicación.

### **3.6. Confiabilidad de los instrumentos**

La confiabilidad de un instrumento de medición se determina mediante diversas técnicas, y se refieren al grado en la cual su aplicación repetida al mismo sujeto produce iguales resultados, para determinar la exactitud de los resultados obtenidos al ser aplicados en situaciones parecidas (Chávez, 2016).

El coeficiente más conocido y aplicado en la literatura psicológica hasta el momento para medir la consistencia interna de una escala es el denominado alfa de Cronbach ( $\alpha$ , Cronbach, 1951) que se conoce como una medida de la fiabilidad de la consistencia interna de los ítems que forman una escala de medida. Cronbach (1951) propone el coeficiente alfa ( $\alpha$ ) que estima la proporción de varianza de un instrumento de medida debido al factor común entre los ítems y es conveniente que los investigadores tengan en cuenta la valoración del cumplimiento de sus supuestos básicos (Cho y Kim, 2015; Lucke, 2005; Raykov y Marcoulides, 2017).

Es necesario que el investigador valore la naturaleza de sus datos antes de elegir el coeficiente de fiabilidad más adecuado. El valor de alfa oscila de 0 a 1. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. Si los ítems están positivamente correlacionados entonces la varianza de la suma de los ítems se incrementa. Por ello, si las puntuaciones en todos los ítems fuesen idénticas, y por lo tanto las puntuaciones estarían perfectamente correlacionadas, el valor de alfa sería igual a 1. En cambio, si los ítems fuesen totalmente independientes, no mostrando ningún tipo de relación entre ellos, el valor de alfa sería igual a 0. Se recomienda informar de la estimación puntual del valor de consistencia interna junto con su intervalo de confianza para valorar la precisión de la estimación y permitir los análisis secundarios como los

estudios de meta análisis de fiabilidad de un instrumento determinado o de un constructo concreto. Posteriormente se detallará cómo estimar el intervalo de confianza.

En cuanto a la evaluación de confiabilidad de los instrumentos se lo realizó mediante el programa estadístico SPSS en donde se aplicó el Alfa de Cronbach. Hay que resaltar que para el desarrollo de la investigación los valores deberán ser igual o mayor a 0,7. Para que sean aceptables.

A continuación, los valores que se deben considerar para aplicar el Alfa de Cronbach:

**Tabla 4.** Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente Alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0; 0,5[	Inaceptable
[0,5;0,6[	Pobre
[0,6;0,7[	Débil
[0,7;0,8[	Aceptable
[0,8;0,9[	Bueno
[0,9;1]	Excelente

*Fuente:* Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje. Chaves, Eduardo.

*Elaborado por:* Paulina Chafila

### 3.6.1. Confiabilidad de instrumentos, variable independiente productos turísticos

Después de analizar la variable independiente se han obtenido el siguiente resultado:

**Tabla 5.** Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach: variable independiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,780	8

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafila

Después de utilizar el programa y al calcular el Alfa de Cronbach con los resultados obtenidos se aprueba la confiabilidad del instrumento de la variable independiente: productos turísticos con un valor de ,780.

### 3.6.2. Confiabilidad de instrumentos, variable dependiente oferta turística

Después de analizar la variable dependiente se han obtenido el siguiente resultado:

**Tabla 6.** Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach: variable dependiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,704	10

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafila

Después de utilizar el programa y al calcular el Alfa de Cronbach con los resultados obtenidos se aprueba la confiabilidad del instrumento de la variable dependiente: oferta turística con un valor de ,704.

### **3.7. Análisis e interpretación de la información**

En la investigación al aplicar el Alfa de Cronbach se determinó la confiabilidad de los instrumentos de la investigación. Teniendo como resultados la aprobación con la aplicación del Alfa de Cronbach en la Variable Independiente: Productos turísticos con un valor de ,780 y la variable dependiente: oferta turística con un valor de ,704, arrojando resultados que sin duda ratifican la confiabilidad de los instrumentos de esta investigación.

Después para el procesamiento de los datos primero se realizó el diseño de una base de datos con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas y posteriormente su validación utilizando el programa estadístico SPSS versión 25. Los resultados obtenidos se presentará de forma ordenada en tablas y gráficos, donde finalmente se tendrá un claro análisis de los datos obtenidos.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

#### 4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable

##### independiente: productos turísticos

A continuación, se presenta la información obtenida de la aplicación de encuestas a la población económicamente activa del cantón Guamote.

**Tabla 7.** Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente: productos turísticos

No.	Ítem	Resultados
1	Género	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 57,7% de la población económicamente activa del cantón Guamote es de género masculino.</li> <li>• 42,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote es de género femenino.</li> </ul>
2	Edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote tiene una edad promedio de 18-25 años.</li> <li>• 18,0% de la población económicamente activa del cantón Guamote tiene una edad promedio de 26-33 años.</li> <li>• 34,1% de la población económicamente activa del cantón Guamote tiene una edad promedio de 34-41 años.</li> <li>• 17,5% de la población económicamente activa del cantón Guamote tiene una edad promedio de 42-49 años.</li> <li>• 14,1% de la población económicamente activa del cantón Guamote tiene una edad promedio de más de 50 años.</li> </ul>
3	Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 21,7% de la población económicamente activa del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Primaria Básica.</li> <li>• 42,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Bachillerato.</li> <li>• 16,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Superior no universitaria.</li> <li>• 13% de la población económicamente activa del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Superior universitaria.</li> <li>• 6,8% de la población económicamente activa del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Postgrado</li> </ul>
4	La valoración del estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16,6% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 32,1% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote es regular.</li> <li>• 34,1% de la población económicamente activa del cantón</li> </ul>

		<p>Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote es bueno.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 11,5% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote es muy bueno.</li> <li>• 5,6% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote es excelente.</li> </ul>
5	La valoración del estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9,6% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 30,4% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote es regular.</li> <li>• 41,4% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote es buena.</li> <li>• 16,1% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote es muy buena.</li> <li>• 2,5% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote es excelente.</li> </ul>
6	Su valoración con respecto a las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 22,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote son deficientes.</li> <li>• 36,1% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote son regulares.</li> <li>• 28,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote son buenos.</li> <li>• 9,9% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote son muy buenos.</li> <li>• 3,7% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote son excelentes.</li> </ul>
7	Su valoración con respecto a los Servicios Básicos existentes en el cantón.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los Servicios Básicos existentes en el cantón son deficientes.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 31,8% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los Servicios Básicos existentes en el cantón son regulares.</li> <li>• 44,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los Servicios Básicos existentes en el cantón son buenos.</li> <li>• 11,8% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los Servicios Básicos existentes en el cantón son muy buenos.</li> <li>• 3,9% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los Servicios Básicos existentes en el cantón son excelentes.</li> </ul>
<b>8</b>	La valoración a las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10,1% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos son deficientes.</li> <li>• 24,8% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos son regulares.</li> <li>• 37,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos son buenas.</li> <li>• 21,7% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos son muy buenas.</li> <li>• 6,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos son excelentes.</li> </ul>
<b>9</b>	Su valoración al cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18,9% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 39,7% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote es regular.</li> <li>• 26,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote es buena.</li> <li>• 10,7% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote es muy buena.</li> <li>• 4,5% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que el cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote es excelente.</li> </ul>
<b>10</b>	La valoración en cuanto a la satisfacción del servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12,1 % de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que la satisfacción del servicio recibido</li> </ul>



	recibido.	<p>es deficiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 29,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que la satisfacción del servicio recibido es regular.</li> <li>• 38,9% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que la satisfacción del servicio recibido es buena</li> <li>• 12,4% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que la satisfacción del servicio recibido es muy buena.</li> <li>• 7,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que la satisfacción del servicio recibido es excelente.</li> </ul>
11	La valoración de los servicios turísticos existentes en la localidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12,4% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los servicios turísticos existentes en la localidad son deficientes.</li> <li>• 39,2% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los servicios turísticos existentes en la localidad son regulares.</li> <li>• 31,5% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los servicios turísticos existentes en la localidad son buenos.</li> <li>• 11,3% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los servicios turísticos existentes en la localidad son muy buenos.</li> <li>• 5,6% de la población económicamente activa del cantón Guamote considera que los servicios turísticos existentes en la localidad son excelentes.</li> </ul>

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

#### **4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente: oferta turística**

A continuación, se presenta la información obtenida de la aplicación de encuestas a las autoridades del GAD cantonal y juntas parroquiales del cantón Guamote.

**Tabla 8.** Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente: oferta turística.

No.	Ítem	Resultados
1	Género	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 62,4% de las autoridades del cantón Guamote es de género masculino.</li> <li>• 37,6% de las autoridades del cantón Guamote es de género femenino.</li> </ul>
2	Edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9,4% de las autoridades del cantón Guamote tiene una edad promedio de 18-25 años.</li> <li>• 27,1% de las autoridades del cantón Guamote tiene una edad promedio de 26-33 años.</li> <li>• 29,4% de las autoridades del cantón Guamote tiene una edad promedio de 34-41 años.</li> <li>• 21,2% de las autoridades del cantón Guamote tiene una edad promedio de 42-49 años.</li> <li>• 12,9% de las autoridades del cantón Guamote tiene una edad promedio de más de 50 años.</li> </ul>
3	Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10,6% de las autoridades del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Primaria Básica.</li> <li>• 25,9% de las autoridades del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Bachillerato.</li> <li>• 20% de las autoridades del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Superior no universitaria.</li> <li>• 30,6% de las autoridades del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Superior universitaria.</li> <li>• 12,9% de las autoridades del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de Postgrado.</li> </ul>
4	La valoración para las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote son deficientes.</li> <li>• 30,6% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote son regulares.</li> <li>• 35,3% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote son buenas.</li> <li>• 14,1% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote son muy buenas.</li> <li>• 7,1% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote son excelentes.</li> </ul>
5	El estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15,3% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 31,8% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote es regular.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40,0% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote es buena.</li> <li>• 20,0% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote es muy buena.</li> <li>• 3,5% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote es excelente.</li> </ul>
6	Las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15,3% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo son deficientes.</li> <li>• 34,1% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo son regulares.</li> <li>• 44,7% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo son buenas.</li> <li>• 4,7% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo son muy buenas.</li> <li>• 1,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo son excelentes.</li> </ul>
7	Determine el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3,5% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 34,1% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote es regular.</li> <li>• 52,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote es buena.</li> <li>• 9,4% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote es muy buena.</li> </ul>
8	La valoración del cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 42,4% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote es regular.</li> <li>• 40,0% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote es buena.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11,8% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote es muy buena.</li> </ul>
9	El manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 14,1% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es deficiente.</li> <li>• 43,5% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es regular.</li> <li>• 32,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es bueno.</li> <li>• 8,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es muy bueno.</li> <li>• 1,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es excelente.</li> </ul>
10	La valoración de la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9,4% de las autoridades del cantón Guamote consideran que la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 41,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote es regular.</li> <li>• 40,0% de las autoridades del cantón Guamote consideran que la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote es buena.</li> <li>• 8,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote es muy buena.</li> <li>• 1,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote es excelente.</li> </ul>
11	La valoración del manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20,0% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 43,5% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote es regular.</li> <li>• 31,8% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote es bueno.</li> <li>• 4,7% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote es muy bueno.</li> </ul>
12	Califique el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10,6% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote es deficiente.</li> <li>• 43,5% de las autoridades del cantón Guamote consideran</li> </ul>

		<p>que el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote es regular.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 34,1% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote es bueno.</li> <li>• 5,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote es muy bueno.</li> <li>• 5,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote es excelente.</li> </ul>
13	La valoración al manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5,9% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote es deficiente.</li> <li>• 42,4% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote es regular.</li> <li>• 41,2% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote es bueno.</li> <li>• 10,6% de las autoridades del cantón Guamote consideran que el manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote es muy bueno.</li> </ul>

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafila

## 4.2. Pruebas de hipótesis

Una vez realizado el respectivo análisis e interpretación de los datos obtenidos a partir de las encuestas realizadas se procede a elegir la prueba de estadística más apropiada para la prueba de hipótesis y se toma en cuenta las hipótesis establecidas en la matriz de consistencia. Para la prueba de hipótesis se utilizó el Chi-Cuadrado de esta forma analizando cada una de las hipótesis como se puede observar a continuación:

### 4.2.1. Hipótesis general

a) **H1.** Existe relación entre los productos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**H0.** No existe relación entre los productos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

b)  $\alpha = 0,05$

c) Chi-Cuadrado

**Tabla 9.** Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis General

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	108,097a	6	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	71,188	6	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	50,589	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	85		

Fuente: SPSS Versión 25.

Elaborado por: Paulina Chafila

**d) Decisión:**

Dado que el nivel de significación asintótica (bilateral) es  $0,00 < 0,05$ , aceptamos la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula. Considerando entonces que: existe relación entre los productos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo

**4.2.2. Hipótesis Específica 1**

a) **H1.** Existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**H0.** No existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**Tabla 10.** Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis Específica 1

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	56,047 <sup>a</sup>	8	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	33,203	8	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	21,635	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	85		

Fuente: SPSS Versión 25.

Elaborado por: Paulina Chafila

b)  $\alpha = 0,05$

c) Chi-Cuadrado

**d) Decisión:**

Dado que el nivel de significación asintótica (bilateral) es  $0,00 < 0,05$ , aceptamos la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula. Considerando entonces que: existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**4.2.3. Hipótesis Específica 2**

**a) H1.** Existe relación entre la infraestructura y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**H0.** No existe relación entre la infraestructura y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**Tabla 11.** Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis Específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	52,691 <sup>a</sup>	6	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	39,975	6	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	32,138	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	85		

*Fuente:* SPSS Versión 25.

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**b)  $\alpha = 0,05$**

**c) Chi-Cuadrado**

**d) Decisión:**

Dado que el nivel de significación asintótica (bilateral) es  $0,00 < 0,05$ , aceptamos la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula. Considerando entonces que: existe relación entre la infraestructura y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**4.2.4. Hipótesis Específica 3**

**a) H1.** Existe relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**H0.** No existe relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

**Tabla 12.** Pruebas de chi-cuadrado: Hipótesis Específica 3

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	47,109 <sup>a</sup>	6	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	49,335	6	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	37,523	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	85		

*Fuente:* SPSS Versión 25.

*Elaborado por:* Paulina Chafila

b)  $\alpha = 0,05$

c) Chi-Cuadrado

d) **Decisión:**

Dado que el nivel de significación asintótica (bilateral) es  $0,00 < 0,05$ , aceptamos la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula. Considerando entonces que: existe relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

#### **4.3. Presentación de resultados**

Con los resultados obtenidos en la presente investigación sobre los productos y oferta turística, ha sido analizada estadísticamente a través del método estadístico de Chi-Cuadrado. En el cual se realizó la prueba de hipótesis de la hipótesis general y de las dos específicas, en las que se determinó que se rechazan las hipótesis nulas y se aceptan las hipótesis de investigación. En la prueba de hipótesis general se observa una correlación positiva entre los productos turísticos y la oferta, pero gracias a los resultados obtenidos se acepta la hipótesis de investigación y se concluye, existe relación entre los productos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.00. En la prueba de hipótesis específica 1, se observa una correlación positiva entre los recursos turísticos y la oferta turística, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula concluyendo de esta forma que, existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.00. En la prueba de específica 2, se observa una correlación positiva media entre la infraestructura y la oferta turística, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y



se rechaza la hipótesis nula concluyendo de esta forma que, existe relación entre la infraestructura y la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.00. En la prueba de especifica 3, se observa una correlación positiva media entre las motivaciones y expectativas del turista, por lo que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula concluyendo de esta forma que, existe relación de las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.00.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- La presente investigación ha permitido comprobar la relación significativa que tienen los productos y la oferta turística; por lo que es necesario tomar medidas en cuanto al diseño de productos turísticos que puedan reforzar la Oferta Turística ya existente de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Se puede señalar que con los resultados obtenidos en la investigación existe relación entre los recursos turísticos y la oferta turística; dado que los recursos turísticos son el punto de partida para el diseño de atractivos turísticos que a la larga contribuyen al fortalecimiento de la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote.
- Es necesario destacar que existe relación entre la infraestructura y la oferta turística; ya que se puede evidenciar que una infraestructura adecuada ayuda a atraer más turistas y esto a la vez contribuye al mejor manejo de la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- En cuanto a las motivaciones y expectativas del turista con la oferta turística de la parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, existe relación dado que el rendimiento percibido de un producto o servicio en función a sus expectativas es lo que se pretende satisfacer en los clientes con un mejor diseño y manejo de la oferta turística.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se recomienda a las autoridades tanto parroquiales como quienes conforman el GAD cantonal prestar mayor atención al sector turístico del cantón Guamate, impulsando el turismo con una mayor inversión pública para el diseño de productos turísticos innovadores para de esta forma potenciar la Oferta Turística existente.
- Es de suma importancia que las autoridades pertinentes unan fuerzas y trabajen en equipo, a través de propuestas; programas, proyectos y actividades que permitan aprovechar los recursos turísticos tanto naturales como culturales que permitan potenciar la Oferta Turística del cantón.
- Se recomienda a las autoridades competentes considerar dentro de sus presupuestos, rubros específicos, direccionados a mejorar la infraestructura que posee el cantón debido a que es una de las claves principales para mejorar la Oferta Turística.
- Por último, es necesario que las autoridades encargadas de la rama de turismo en el cantón apliquen encuestas de satisfacción para conocer las motivaciones y expectativas de los turistas al visitar el cantón, lo que ayudaría a tener una base de datos que permita conocer un perfil real de los visitantes para en el futuro ampliar la Oferta Turística del cantón enfocada en las necesidades, gustos y preferencias de los mismos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos*. Riobamba.
- Cajal, A. (03 de Abril de 2016). *Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas*. Obtenido de [http://planificaciondeproyektosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion\\_21.html#:~:text=Arias%20\(2012\)\)%2C%20define%3A,informaci%C3%B3n%20pero%20no%20altera%20las](http://planificaciondeproyektosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html#:~:text=Arias%20(2012))%2C%20define%3A,informaci%C3%B3n%20pero%20no%20altera%20las)
- Catellanos, C., Ariza, W., & Catrillón, W. (2019). Oferta y demanda de los recursos turísticos Reserva Forestal Protectora Cerro Quininí (Tibacuy-Cundinamarca). *Revista científica*, 208-226.
- Cevallos, R., & Ruiz, A. (2020). Modelo de gestión para mejorar el producto turístico en el sector hotelero de la parroquia Crucita. *Revista Polo del Conocimiento*, 640-670. Obtenido de Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929463>
- Chávez, L. (2016). VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO PARA MEDICIÓN DE IMPACTO DE TIC, EN EL MARCO DEL DESPLIEGUE DE ACTIVIDADES SATELITALES VENEZOLANAS. *SABER*, 76-82.
- Díaz, J. (07 de Junio de 2015). *Palmira, 60 años de fe al Señor de la Misericordia*. Obtenido de Diario El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/06/07/nota/4945785/palmira-60-anos-fe-senor-misericordia/>
- Duque, E. (2015). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 25-41.
- Galora, C. (2015). *Tesis: EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE*. Obtenido de DSPACE Universidad Nacional de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/727/1/UNACH-EC-IG.TUR-2015-0014.pdf>
- García, F. (Octubre de 2016). *CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN*. Obtenido de <https://www.acofi.edu.co/wp->

content/uploads/2013/08/DOC\_PE\_Conceptos\_Innovacion.pdf

- García, N., & Doumet, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 35-53.
- Gentile Pappalardo, M. (24 de 12 de 2019). *Manifestaciones culturales: origen, características, tipos, ejemplos: Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com.: <https://www.lifeder.com/manifestaciones-culturales/>
- Guevara, A. (Marzo de 2018). *Turismo*. Obtenido de <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/turismo.html#:~:text=La%20Planta%20Tur%C3%ADstica%20son%20aquellas,en%20el%20lugar%20de%20origen>.
- Hurtado, J. (2016). *Validez y confiabilidad en la investigación cualitativa*. Obtenido de <https://educapuntos.blogspot.com/2015/03/validez-y-confiabilidad-ejemplos.html#:~:text=La%20validez%20y%20confiabilidad%20reflejan,cuya%20medici%C3%B3n%20ha%20sido%20dise%C3%B1ado>.
- Jara, E. (Junio de 2019). *Vías de acceso*. Obtenido de [https://www.eustat.eus/documentos/opt\\_0/tema\\_219/elem\\_10698/definicion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20V%C3%ADas%20de%20acceso&text=Medio%20a%20trav%C3%A9s%20del%20cual,u%20otras%20formas%20de%20acceso](https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_219/elem_10698/definicion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20V%C3%ADas%20de%20acceso&text=Medio%20a%20trav%C3%A9s%20del%20cual,u%20otras%20formas%20de%20acceso).
- Jara, V. (2016). *TESIS: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA MEJORAR LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE- PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <https://docplayer.es/84247206-Universidad-nacional-de-chimborazo-facultad-de-ingenieria-escuela-de-ingenieria-en-gestion-turistica-y-hotelera.html>
- Jaramillo, E. (Junio de 2017). *Actividades turísticas*. Obtenido de [http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir\\_gral\\_ordenacion\\_promocion/actividades\\_complementarias/index.html#:~:text=Las%20actividades%20tur%C3%ADsticas%20encaminadas%20a,propia%20actividad%20tur%C3%ADstica%20a%20desarrollar](http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html#:~:text=Las%20actividades%20tur%C3%ADsticas%20encaminadas%20a,propia%20actividad%20tur%C3%ADstica%20a%20desarrollar).
- Körössy, N., Araújo, L., & Andrade, I. (2018). La oferta turística dark en Recife (Pernambuco - Brasil) ¿Una nueva forma de practicar el turismo urbano? *Revista Estudios y perspectivas en turismo*, 355 - 374.

- Larios, H. (2016). *La cueva del Luterano*. Obtenido de <https://digvas.wordpress.com/2012/01/08/la-cueva-del-luterano/>
- Machado, L. (2007). Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/612/2/T-UTC-0502%20%282%29.pdf>
- Marín, H. (Febrero de 2016). *INTRODUCCIÓN A LOS RECURSOS TURÍSTICOS*. Obtenido de <https://www.um.es/documents/3239701/9597895/recursos.pdf/5be347a0-dd58-4d6d-a97d-41819f878941>
- Marquez, C. (2017). *Doce familias sostienen El Cebadeñito*. Obtenido de Revista Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/ercuador-familias-sostienen-negocio-quesos.html>
- Ministerio de Turismo. (2020). *GUÍA GENERAL DE MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD PARA DESTINOS TURÍSTICOS AL MOMENTO DE SU REACTIVACIÓN, EN EL CONTEXTO DE LA EMERGENCIA SANITARIA POR COVID-19*. Quito.
- MINTUR. (Octubre de 2019). *Manual para estructura de productos con base a un atractivo turístico*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://bauldelturismo.com/wp-content/uploads/2019/10/Manual-de-estructura-de-productos-con-base-a-un-atractivo-tur%C3%ADstico-Mintur.pdf>
- Navarro, D. (Agosto de 2016). *Las instalaciones turísticas de interpretación y los atractivos turísticos culturales en Mendoza*. Obtenido de <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/964>
- PDOT, G. (15 de Abril de 2021). *PDOT Cantón Guamote*. Obtenido de <https://www.gadguamote.gob.ec/index.php/gadmc-g/plan-de-desarrollo1/pdot-guamote-2019-2023/3305-pdot-guamote-2019-2023/file>
- Porto, A., & Merino, L. (Enero de 2016). *Servicio Público*. Obtenido de <https://definicion.de/servicio-publico/>
- Pucha, J. (2019). *TESIS DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN GUAMOTE*. Obtenido de ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO: <https://docplayer.es/165621950-Escuela-superior-politecnica-de-chimborazo.html>
- Quito, M. (Septiembre de 2020). *Desierto de Palmira*. Obtenido de Ecuador y sus

Paisajes Oficial : <https://www.directorio593.com/articulo/desierto-de-palmira.html>

- Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 127 - 143.
- Rendón, R. (2016). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v8n7/2007-0934-remexca-8-07-1603-en.pdf>
- Riquelme, M. (17 de 07 de 2020). *Oferta (tipos, definición, características y la ley de oferta): Web y Empresas*. Obtenido de Web y Empresas.: [https://www.webyempresas.com/oferta/#%C2%BFQue\\_es\\_la\\_oferta](https://www.webyempresas.com/oferta/#%C2%BFQue_es_la_oferta)
- Rodríguez, M. (2018). DISEÑO DE INVESTIGACIÓN DE CORTE TRANSVERSAL. *Revista Médica Sanitas*, 141-146.
- Ruiz, L. (2018). *Tipos de Investigación*. Obtenido de [https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018\\_1/Documentos/INVESTIGACION\\_NO\\_EXPERIMENTAL.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf)
- Sammarchi, S. (2017). Situación actual del turismo en la Argentina. *Cuadernos de Turismo*, 129-144.
- Sampieri, R. H. (10 de Septiembre de 2015). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://investigacioncientifica.org/investigacion-documental-segun-autores/>
- Sancho, A. (2015). Introducción al Turismo. *Organización Mundial del Turismo*, 394.
- Sancho, A. (15 de Abril de 2017). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Saravia, M. d., & Muro, M. (2016). Productos turísticos. Metodología para su elaboración. *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, 53-78. Obtenido de [https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBD\\_esEC908EC908&sxsrf=ALeKk00G5FaHSGaNmW50YursXE4z7Zeelw%3A1598034084699&ei=pBBAX5CYKse3ggegIKGIAQ&q=segun+ruiz++El+patrimonio+cultural+inmaterial+y+el+desarrollo+tur%C3%ADstico&oq=segun+ruiz++El+patrimonio+cultural+](https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBD_esEC908EC908&sxsrf=ALeKk00G5FaHSGaNmW50YursXE4z7Zeelw%3A1598034084699&ei=pBBAX5CYKse3ggegIKGIAQ&q=segun+ruiz++El+patrimonio+cultural+inmaterial+y+el+desarrollo+tur%C3%ADstico&oq=segun+ruiz++El+patrimonio+cultural+)
- Socatelli, M. (Marzo de 2016). Obtenido de

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>

- Social, C. (Octubre de 2016). *Mirrada Territorial*. Obtenido de Dialogo Cantonal sobre Educación: <http://contratosocialecuador.org/images/publicaciones/CCE/DC-Guamote.pdf>
- Tene, M. (2015). *Tesis: DISEÑO DEL CORREDOR TURÍSTICO PATRIMONIAL PARA DIFUNDIR LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de Dspace Universidad Nacional de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/767/1/UNACH-EC-IG.TUR-2015-0024.pdf>
- Thompson, I. (Julio de 2016). *Definición de Necesidad*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/necesidad-definicion.html>
- Torres, A. (Abril de 2018). *Los Recursos Culturales de El Yunque*. Obtenido de [https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE\\_DOCUMENTS/stelprd3805838.pdf](https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/stelprd3805838.pdf)
- Torres, M. (03 de Octubre de 2019). *Iglesia del “Señor de las Misericordias”, atractivo turístico de la parroquia Palmira*. Obtenido de DIARIO LOS ANDES: <https://www.diariolosandes.com.ec/iglesia-del-senor-de-las-misericordias-atractivo-turistico-de-la-parroquia-palmira/>
- UCIPFG Internacional, U. p. (20 de Noviembre de 2018). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.2.pdf>
- UNWTO. (Enero de 2020). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858#:~:text=Un%20producto%20tur%C3%ADstico%20es%20una,del%20plan%20de%20marketing%20de>
- Valcárcel, K. B. (2017). *Puesta en valor de los atractivos naturales y culturales*. Bahía Blanca.
- Zerda, I., Gutiérrez, A., Cruz, M., & Cali, G. (2018). Concurrencia de turistas en el Paseo de la Juventud y plan de dinamización para su inserción en la oferta dentro del circuito turístico de Guayaquil, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 52-75.



## ANEXOS

### **Anexo 1. Propuesta**

#### **1. Título de la propuesta**

Diseño de un producto turístico para fortalecer la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

#### **2. Antecedentes**

Para el desarrollo de la propuesta se tomó en cuenta la investigación desarrollada por el autor Jairo Pucha en su investigación titulada “Diseño de un producto turístico para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo”, en el año 2019 en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en la ciudad de Riobamba propone: diseñar un producto turístico para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo; a través de la recopilación de información primaria, secundaria y de campo. Se realizó la validación del potencial turístico, la viabilidad comercial del producto, así como el estudio técnico y ambiental, la determinación del estudio administrativo legal y finalmente la evaluación económica financiera del proyecto. Por lo tanto, en la validación del potencial turístico se utilizó la ficha para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos. Para la viabilidad comercial se aplicó 310 encuestas dirigidas al segmento nacional e internacional permitiendo establecer el perfil del turista respectivamente. El producto técnico consta de 3 paquetes en donde se puede realizar diversas actividades turísticas y naturales. El estudio ambiental determina los daños causados por la implementación del producto turístico, en la cual se tomará medidas de mitigación. Por lo tanto, para respaldar la operación del producto se constituirá una Asociación de turismo. El estudio financiero determina que la inversión inicial será de \$ 116443.5, dando un VAN positivo de \$ 182842.37 y una C/B de \$ 1.08, el tiempo de recuperación de la inversión es al quinto año alcanzando un TIR del 51%. Se concluye que el cantón Guamote posee un potencial turístico que aporta a la implementación del producto con el fin de contribuir al desarrollo de la actividad turística.

#### **3. Justificación**

El turismo desde tiempos antiguos ha representado un fuerte ingreso económico para los países que lo practican en nuestro país no es la excepción, por lo que la actividad turística tiene gran importancia en la economía de nuestro pueblo. Hoy en día hablamos de una reactivación turística debido al gran impacto que ha dejado y que aún deja en la economía del mundo la pandemia del Covid-19, por lo que es necesario el diseño de

productos nuevos e innovadores y llamativos que atraigan a más turistas a que visiten un lugar, incorporando a su experiencia tecnología nueva que se adapte al estilo de vida actual que se vive hoy en día. Por lo expuesto anteriormente se ha visto fundamental el diseño de un producto turístico para el cantón Guamote, en donde se ha tomado en cuenta a las tres parroquias que integran el cantón y con ellos se ha visto importante combinar en los diferentes paquetes tanto lo natural, cultural y gastronómico en cada parroquia que se vaya a visitar, resaltando principalmente la riqueza cultural de nuestros pueblos indígenas. El diseño de un producto turístico se lo ha hecho con el fin de contribuir al fortalecimiento de la Oferta Turística con la que cuenta el cantón Guamote, a través de actividades turísticas adecuadas a los gustos, preferencias y necesidades del turista actual.

#### **4. Objetivos**

##### **Objetivo General**

Diseñar un producto turístico para fortalecer la oferta turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

##### **Objetivos específicos**

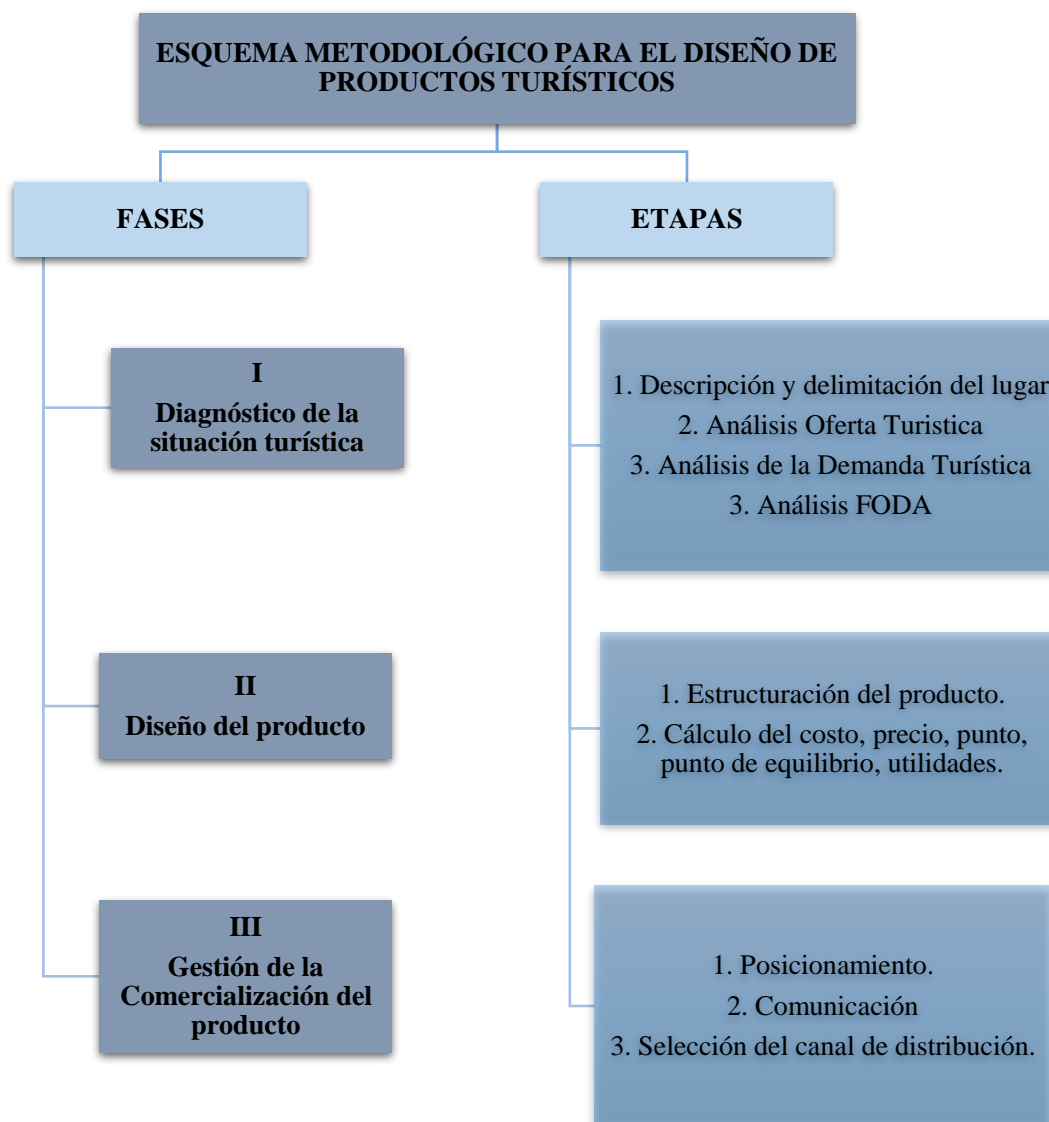
- Determinar la metodología para el diseño de un producto turístico en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Realizar el diagnóstico de la situación turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Diseñar un producto turístico para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo en base a la metodología investigada.
- Aplicar las 4's del Marketing para la Comercialización del producto turístico diseñado para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

#### **5. Metodología para el diseño de un producto turístico**

Sostenida en los criterios de Kotler (1991), Santesmases (1999) y Promperú (2001), Machado (2007) ha propuesto una metodología para el diseño de productos turísticos que considera al diseño de productos turísticos como un trabajo artístico, original, con los siguientes objetivos de rentabilidad económica, social y ambiental, y la satisfacción de la demanda, propuesta que coincide con los criterios de Blanco (2008) y Font (2010).

Esta metodología consta de tres fases que conlleva a diversas etapas de trabajo cada una se puede apreciar en la ilustración:

**Ilustración 1.** Proceso metodológico para el diseño del producto turístico



**Fuente:** Diseño de la mezcla del producto turístico UTC

**Elaborado:** Paulina Chafla

### **Fase I: Diagnóstico de la situación turística**

El diagnóstico de la situación turística incluye tres etapas que permiten su descripción y evaluación.

#### **Etapas 1. Identificación de los recursos/ atractivos turísticos**

Al respecto, la OMT (1998), define a los recursos turísticos como todo aquello que tenga la posibilidad de atraer a los visitantes. Sin embargo en una forma más completa los recursos turísticos son los objetos y fenómenos de origen natural y antrópico que pueden aprovecharse con la finalidad del descanso y la recreación, lo que constituye una atracción para los visitantes, sean estos: sitios naturales, manifestaciones históricas

culturales, lugares de interés económico-social e instalaciones hoteleras y de servicios, entre otros. A partir de estos criterios se define la categoría, tipo y subtipo del recurso. Un elemento importante es calificar a los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, ésta deberá responder aproximadamente a la siguiente descripción:

**Jerarquía IV:** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

**Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Al final se seleccionan el o los recursos atractivos que formarán parte del producto diseñado (Machado, 2007).

## **Etapa 2. Análisis de la demanda**

Permite identificar hacia qué mercados se puede dirigir la oferta, cuáles son sus necesidades y preferencias. El análisis de la demanda turística en este caso debe permitir identificar el perfil del o de los principales mercados emisores de turismo hacia la región donde se encuentra ubicado el producto, identificar y profundizar en el estudio de los diferentes segmentos hacia los que se puede dirigir las ofertas.

## **Etapa 3. Análisis estratégico**

El análisis estratégico comprende el análisis de la competencia, continúa con la realización del análisis DAFO y culmina la formulación del problema y la solución estratégica.

## **Fase II. Diseño del producto**

### **Etapa 1. Estructuración del producto**

La estructuración del producto comienza por la definición del concepto y los beneficios del producto y concluye con el diseño de la prestación del servicio. La

definición del concepto y beneficios del producto significa clarificar el tipo de producto que se quiere promover y los beneficios que aporta al cliente. Para ello implica una definición que incluya el punto de vista de la oferta y de la demanda a la cual se dirige. El concepto del producto es la base para el posicionamiento, para desarrollar y proyectar una imagen atractiva del producto para los segmentos de mercado, diferenciándolo de la competencia. El diseño del proceso de prestación de servicios implica identificar el tipo de producto, el perfilado de su diseño en correspondencia con el segmento de mercado.

## **Etapa 2. Cálculo del costo, precio y utilidades**

Construir aproximadamente un precio y calcular el punto de equilibrio a través de la técnica relación costo – volumen – utilidad, para hacer los ajustes necesarios o replantear el diseño. Investigar los costos de los bienes y servicios identificados, establecer el precio probable de venta y la utilidad esperada. Para este caso se calcularon los costos fijos y los variables según la propuesta, a través de las expresiones siguientes:

Costos Fijos: Actividad + hospedaje + servicio de guía

Costos Variables: Desayuno + Box Lunch + Almuerzo + Cena

Precio de venta: son los valores estimados que se van a cobrar por los servicios y actividades brindadas en el paquete turístico

Punto de equilibrio: en unidades (pax) y valores (\$)

Punto de equilibrio: en unidades (pax) y valores (\$)

$$1. PE(uds) = \frac{CV}{Pv - Cv} = pax$$

$$2. PE(\$) = \frac{CV}{1 - \frac{Cv}{Pv}} = \$$$

Cálculo de la utilidad esperada:

$$U = Pv (N) - Cv (N) - CF$$

**Donde:**

PE= Punto de equilibrio,

CF =costo fijo,

Pv= precio de venta,

Cv= costo variable y N= número de pax.

## **Fase III Gestión de la comercialización del producto**

### **Etapa 1. Posicionamiento**

Se define la estrategia de posicionamiento. Ello implica determinar las estrategias para el posicionamiento.

### **Etapa 2. Comunicación**

En esta etapa, con el producto elaborado, se promociona a través de diferentes actividades como participación en ferias, presentaciones de bolsas turísticas y mediante material promocional elaborado pensando en el cliente.

### **Etapa 3. Selección del canal de distribución**

Se trata aquí de seleccionar los canales por los que va a transitar el producto, desde la organización que realiza la oferta hasta el turista, es decir, la selección de los intermediarios que en caso del turismo asumen la forma de tour operadores, agencias de viaje y/o centrales de reserva y que en este caso juegan un rol protagónico, puesto que el turista compra el servicio antes de disfrutarlo, por lo que la información ofrecida por el distribuidor muchas veces decide esta acción. Las agencias de viajes y las operadoras de turismo pueden atraer a clientes mediante el ofrecimiento de un mejor servicio, la distinción de los atractivos o los precios más bajos conseguidos a través de las ofertas y actividades del mercado.

### **Etapa 4. Retroalimentación**

Se diseña un sistema de instrumentos de los que se obtenga información sobre el grado de satisfacción del cliente y las principales sugerencias, de forma tal que el producto se encuentre permanentemente en retroalimentación (Machado, 2007).

A partir de la metodología antes descrita se va a iniciar con el diseño del producto turístico para el cantón Guamote:

## **6. Diagnóstico de la situación turística**

### **6.1. Descripción y delimitación del lugar**

#### **5.1.1. Reseña histórica del cantón Guamote**

El cantón Guamote se encuentra situado en la parte central del callejón interandino, al sur de la provincia de Chimborazo, junto a la panamericana Sur que atraviesa el cantón, a 50 Km de la ciudad de Riobamba, se encuentra situado en el centro oriente de la provincia de Chimborazo entre las coordenadas 78° 34' 18" a 70° 06' de longitud occidental y de 1° 58' 34" de altitud del sur. Por su cabecera cantonal atraviesa la vía panamericana que une al norte, centro y sur del Ecuador. Posee un territorio de 122 180,

38 ha que representa el 18.5% del total de la provincia de Chimborazo, por su extensión territorial Guamote se constituye en el segundo cantón más extenso de la provincia. Limita al norte con los cantones Riobamba y Colta, por el oeste y sudoeste con el cantón Pallatanga, al sur con Alausí y al este con la provincia de Morona Santiago. El Cantón posee una topografía irregular debido a la influencia de las cordilleras Central y Occidental de los Andes, la mayor parte de los territorios del cantón presentan pendientes pronunciadas, que en algunos casos sobrepasan los 50 grados de inclinación. Los territorios de las comunidades tienen pendientes superiores a los 15 grados. Este fenómeno natural sumado a la acción fluvial se constituye en las principales causas de la erosión de los suelos, especialmente en la cuenca del río Cebadas.

“Según el historiador Padre Juan de Velasco, en el actual territorio del cantón Guamote se asentaban varios cacicazgos autodenominados “Guamotis”, “Atapos”, “Pull”, “Tipines”, “Vishudes”, “Basanes”, entre otros, los mismos que formaban parte del pueblo Puruhá. De acuerdo a este historiador, el origen de Guamote es anterior a la conquista de los Incas, lo que lo ubica como un pueblo con una larga historia llena de costumbres y tradiciones Puruháes. Al respecto, cabe mencionar que en la planicie del Tiocajas se desarrollaron cruentas batallas primero en contra de la conquista incásica y luego en contra de la conquista española.

Durante la vigencia de la Gran Colombia Guamote formó parte del cantón Riobamba, hasta el año de 1884, año en el que se crea el cantón Colta del cual Guamote pasa a formar parte hasta su posterior cantonización. Guamote formaba parte del cantón Colta desde el año de 1884 (fecha de cantonización de Colta), hasta el primero de agosto de 1944, fecha en la que alcanza su cantonización, por el decreto ejecutivo No. 606 dictado por el Dr. José María Velasco Ibarra, y el 21 de agosto del mismo año se inaugura el Ilustre Concejo Municipal de Guamote. En sus inicios el cantón se integró con las parroquias: Matriz de Guamote y Cebadas y el 7 de agosto de 1946 se decreta la anexión de la parroquia Palmira (perteneciente hasta esa fecha al cantón Alausí).

El 11 de diciembre de 1945 se constituyó el Centro Agrícola del cantón Guamote, el cual en por varias décadas tubo una importante presencia en el cantón. En 1979 se forma la primera organización de segundo grado en el cantón, la misma que en sus inicios se denominó “Acción Integral Guamote”, actualmente “Jatun Ayllu Guamote”. A partir de este acontecimiento surgen en Guamote varias organizaciones de segundo grado, las mismas que han tenido una importante participación en las luchas indígenas por el acceso a la tierra y la ejecución de los diferentes proyectos. En el año de 1984 se elige como primer

concejales indígenas de Guamote, luego de este hecho la presencia indígena ha sido importante en las instancias de decisión política del cantón, a tal punto que en el año de 1992 se elige a otro indígena como primer presidente del Concejo Municipal de Guamote. En el año de 1997 se constituye el Parlamento Indígena y Popular de Guamote, el mismo que tiene entre sus fines legislar en beneficio del cantón, orientar el desarrollo cantonal y controlar a las entidades públicas y privadas que ejecuten obras de desarrollo en el cantón. En el mismo año, se crea el Comité de Desarrollo Local de Guamote, el cual está integrado por los representantes de doce organizaciones de segundo grado, un delegado de la población urbana y el Alcalde del cantón. Al Comité de Desarrollo Local de Guamote se le concibe como una instancia técnica encargada de planificar, coordinar y ejecutar acciones a favor del desarrollo del cantón (PDOT, 2021).

### **5.1.2. Descripción general del cantón**

El cantón Guamote se encuentra situado en la parte central del callejón interandino, al sur de la provincia de Chimborazo, junto a la panamericana Sur que atraviesa el cantón, a 50 Km de la ciudad de Riobamba, se encuentra situado en el centro oriente de la provincia de Chimborazo entre las coordenadas 78° 34' 18" a 70° 06' de longitud occidental y de 1° 58' 34" de altitud del sur. Por su cabecera cantonal atraviesa la vía panamericana que une al norte, centro y sur del Ecuador.

Posee un territorio de 122 180, 38 ha que representa el 18.5% del total de la provincia de Chimborazo, por su extensión territorial Guamote se constituye en el segundo cantón más extenso de la provincia. El Cantón posee una topografía irregular debido a la influencia de las cordilleras Central y Occidental de los Andes, la mayor parte de los territorios del cantón presentan pendientes pronunciadas, que en algunos casos sobrepasan los 50 grados de inclinación. Los territorios de las comunidades tienen pendientes superiores a los 15 grados. Este fenómeno natural sumado a la acción fluvial se constituye en las principales causas de la erosión de los suelos, especialmente en la cuenca del río Cebadas. una altitud entre 2.300 y 4.420 msnm; un clima que va desde el subtropical hasta el frío de los páramos (PDOT, 2021).

**Población total al 2019:** 5710 habitantes (Censo de Población y Vivienda 2010–INEC7 proyecciones).

**Extensión:** 122 180, 38 ha

**Rango altitudinal:** Entre las coordenadas X 754905,380 Y 9786299,910 Z 3059

**Altitud:** entre 2.300 y 4.420 msnm.

**Temperatura:** promedio entre 8° C y 12° C.



**Clima:** El cantón Guamote posee un clima variante debido a los cambios climáticos que ocurren de octubre a mayo, período en el cual predomina el clima de invierno húmedo y frío, mientras tanto, en los meses de junio a septiembre predomina el verano cálido seco y ventoso. cantón tiene una topografía variada por la presencia de la cordillera central y occidental. La mayoría del territorio cantonal consiste en colinas, una de las causas principales de la erosión (Social, 2016).

**Delimitación:**

**Ubicación Geográfica**

El cantón Guamote está ubicado en el centro de la provincia de Chimborazo. Se encuentra a 44,8 km de Riobamba, capital provincial (Social, 2016).



*Imagen 1:* Mapa del cantón Guamote  
*Fuente:* Cartografía Básica IEE.2013 y 2019

**Límites:**

**Norte,** con los cantones Colta y Riobamba;

**Sur,** con el cantón Alausí;

**Este,** con la provincia de Morona Santiago; y,

**Oeste,** con el cantón Pallatanga.

**División Política:**

Este cantón comprende tres parroquias: una urbana y dos rurales.

**Parroquia urbana:** Guamote, la cabecera cantonal.

**Parroquias rurales:** Cebadas y Palmira (Social, 2016).

## 5.2. Análisis de la Oferta Turística del cantón Guamote

### 5.2.1 Atractivos Turísticos

En Guamote se han identificado 53 atractivos turísticos de los cuales el 62% son sitios naturales y el 38% manifestaciones culturales; la mayoría de los atractivos tienen jerarquía II en el 33,96%, seguido de los atractivos de jerarquía I con el 18,86% y finalmente los atractivos de jerarquías III con el 0,18% (PDOT, 2021).

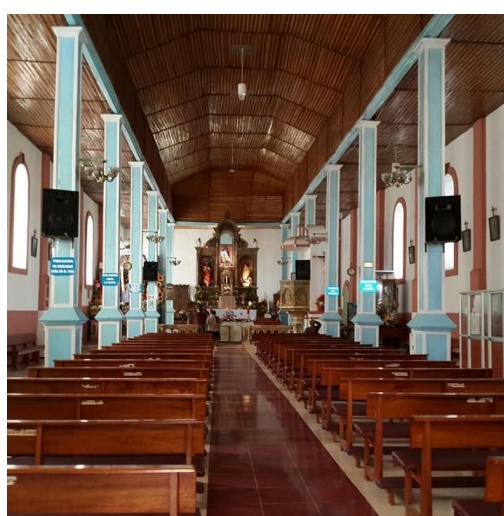
#### Atractivos turísticos culturales

Las manifestaciones culturales que son realizadas por el hombre representan un atractivo turístico para el cantón. A continuación, se describen los principales atractivos culturales con los que cuenta el cantón Guamote.

**Tabla 13.** Atractivo Cultural. Iglesia del Señor de las Misericordias Palmira

#### 1. IGLESIA DEL SEÑOR DE LAS MISERICORDIAS- PALMIRA

**Fotografía 1.** Iglesia de Palmira



**Fuente:** Diario La Prensa Riobamba

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales
	Tipo:	Históricas
	Subtipo:	Arquitectural Religiosa
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo
	Cantón:	Guamote
	Parroquia:	Palmira

	Altitud:	3290 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 752612Norte 9769708.	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Local		
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **Descripción:**

El Señor de las Misericordias en Palmira, un poblado rural que se halla ubicado a 4.200 metros de altura sobre el nivel del mar y con 9.250 habitantes, en su mayoría indígena a 75 km de Riobamba o a 13 km de Guamote. Palmira recibe cada domingo unos 200 fieles de varias provincias, quienes participan en la misa dirigida por el párroco de la comunidad, cabe mencionar que el santuario de Palmira recibe a decenas de fieles que provienen en gran parte de la sierra central o de sus alrededores (Torres M. , 2019).

El origen de la gruta y la historia del santuario se han transmitido entre los pobladores desde hace unos 60 años ya que la devoción en la parroquia surgió cuando un grupo de viajeros encargó a la comunidad de Palmira una maleta que contenía la imagen del Señor de las Misericordias, efigie que se volvió pesada y no podía ser levantada por su dueño para continuar el viaje cuando decidieron dejar ahí al Señor, ahí la gente pudo levantarla y llevar la imagen a una capilla de paja. Algunas mañanas, dicen palmireños, la imagen del Señor de las Misericordias era vista en la gruta y, luego, en la capilla “con el cabello y los pies mojados” (Díaz, 2015).

**Época de construcción:** Los sacerdotes Oviedo Montalvo y N. Avilés levantan este santuario desde el año 1939 hasta el 1950. Esta obra es financiada con las limosnas entregadas a la imagen del Señor de las Misericordias.

**Estilo:** La Iglesia no tiene un estilo definido, la fachada principal está formada de dos caras de gran tamaño de corte ovoide entre las cuales sobresale la cruz, además cuenta con un numeroso graderío a su ingreso. La parte interna es impresionante: todo está bien distribuido y reluciente; dieciséis columnas de madera delicadamente decoradas, forman las tres naves (Tene, 2015).

**Tabla 14.** Atractivo Cultural. Iglesia de Guamote

**2. IGLESIA DE GUAMOTE O LA MATRIZ**

**Fotografía 2.** Iglesia de Guamote



**Fuente:** Paulina Chafla

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales	
	Tipo:	Históricas	
	Subtipo:	Arquitectura Religiosa	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3000 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 754887 Norte 9786207	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Nacional		
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Estado</b>	Conservado

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

## **Descripción:**

Este templo es imponente y majestuoso. Toda su estructura externa e interna es de piedra labrada, ejecutada magistralmente a través de mingas y por picapedreros del lugar. El material fue extraído del cerro Ushubug, el mismo que en un terremoto sepultó a los primeros pobladores de Guamote conocidos con el nombre de Guamutis. En el pueblo existía una iglesia vetusta, de paredes de canchagua y techo de paja, resto del periodo colonial. Desde antes de 1929 se pensaba en la construcción de un moderno templo, como lo exigían los tiempos y el numeroso grupo de fieles, teniendo en cuenta de que se disponía de una cantera de piedra blanca y mina de cal. Para el año de 1929, el cura párroco Dr. Eduardo Rivadeneira tenía ya hecho los planos de la iglesia, la que presentaba el aspecto de una basílica o catedral pequeña; ese plano lo había trabajado quizás, mediante sugerencias de personas del lugar un sacerdote llamado Bruennin. El padre Rivadeneira colectaba materiales diversos y el dinero necesario para comenzar los trabajos. El plano 157 acabado recibió la venida del obispo Carlos A. Ordoñez, entregando al Dr. Adolfo Oleas, cura nuevo del lugar, quien en 1931 comenzó la construcción entre el fervor del pueblo que lo ayudó en la excavación de los cimientos y acarreo de los materiales. Prosiguió los trabajos el Dr. Gabriel Moncayo, dejándolos algo avanzados, el que verdaderamente impulsó la obra con espíritu de sacrificio y dedicación fue el Dr. Segundo Moncayo, apoyador de otras obras. Lo que se pensó en una obra modesta, al alzarse las paredes se vio que el templo sería de magnitud y que llevaría muchos años y millones en construcción, como así fue a pesar del afán y fe de las personas. Al llamado de los párrocos acudían los pobladores a realizar las mingas; las donaciones y limosnas se hicieron hasta terminarlo.

Por los años de 1944, 1945 y 1946 se dio gran impulso en manos del Dr. Víctor Oviedo M. verdadero propulsor no sólo del templo sino de la cantonización. Las paredes se terminaron en ese tiempo; luego prosiguiendo pausadamente con la dirección de los padres que se turnaron, hasta llegar al venerable Dr. Eudoro Ramos quien hizo trabajar la cúpula y el armazón, dejándolo casi terminada. El Dr. Gerardo Yáñez dio los últimos toques a la iglesia que presenta la belleza en la arquitectura y solidez en su construcción de piedra y cal. Consta con tres naves, las mismas que son formadas por 28 columnas de piedra; el presbiterio termina en sublime cúpula. Sobre el altar mayor está Cristo Resucitado. Junto al coro está un rosetón muy grande de color azul y amarillo; tanta claridad existe en su interior, por la presencia de dieciséis rosetones que se ubican en la

parte superior de las naves secundarias. La cúpula de este templo es magistral y está sustentada en seis columnas, las que se levantan en el interior de la misma; es una obra arquitectónica, hecha toda en piedra labrada. En el presbiterio de esta cúpula, existió el altar mayor, confeccionado al estilo barroco, y en el que ocupa un lugar preferente el Cristo Resucitado (Galora, 2015).

**Tabla 15.** Atractivo Cultural. Estación del Ferrocarril

**3. ESTACIÓN DEL FERROCARRIL Y EL TREN EN GUAMOTE**

**Fotografía 3.** Estación del Tren Guamote



**Fuente:** Paulina Chafla

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales	
	Tipo:	Históricas	
	Subtipo:	Arquitectura Civil	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3050 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 754549 Norte 9786081	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Internacional		
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Estado</b>	Conservado

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

## **Descripción:**

La histórica estación, situada a 3.056 msnm, para el año de 1903, se tenía proyectado la llegada de la línea hasta la población de Guamote. Al ausentarse del Ecuador el señor Harman (contratista y constructor del ferrocarril en Ecuador), dejó las instrucciones necesarias para que los trabajos continuaran con la actividad acostumbrada, llegando poco después, a la citada población, de acuerdo a lo planificado, el 5 de junio de 1903 y poniéndose al servicio público 161 al sur el 20 de junio. Los trenes de ese entonces funcionaban con carbón de piedra. Los dirigentes de la Compañía quisieron, con este motivo, rendir un homenaje al general Alfaro y señalaron el 25 de junio de 1903, para declarar inaugurado el tráfico hasta este punto. En efecto, así sucedió, y para organizar el recibimiento del ferrocarril en esta población, se formó una Junta Patriótica, que presidía don Francisco Valdivieso y don Manuel Romero Terán, quienes hicieron llegar al Jefe Político de Alausí, una invitación para que concurran al recibimiento. Al recordar tan memorable día, el general Alfaro, anota lo siguiente: “Los trabajos continuaron adelante con actividad y enseguida el tren llegó a Guamote. Las pasiones políticas se habían calmado y pude concurrir a su inauguración, con trivial novedad de que pudiendo llegar el tren en la tarde, lo hicieron llegar en la noche para evitar que el pueblo me hiciera una demostración entusiasta. Tuvieron la atención oficial de señalar el 25 de junio, día de mi natalicio, para hacer la fiesta de inauguración. Allí tuve el placer de ver a muchos amigos, que pasaron de paseo a Guayaquil. Algunos de ellos visitaban por primera vez a la invicta ciudad, cuna de Olmedo y Rocafuerte, más regocijados y orgullosos que si vinieran de explorar el Polo Ártico”.

Por otra parte y en virtud de lo que había sucedido en Alausí, lugar que no prestó las debidas condiciones para instalar un buen campamento; los personeros de la empresa, decidieron establecer en Guamote, una terminal ferroviaria, a la cual se dotó de todo lo indispensable para el mantenimiento de los trenes. Vivienda para los empleados, un elegante edificio para la estación. También se construyeron bodegas, desvíos para almacenamiento de carros, una Y para cambio de dirección de las locomotoras, embarcadero de ganado, local para el taller mecánico y más adecuaciones. Construcción propia de principios del siglo XX con un estilo neoclásico adaptado para el servicio y comodidad del pasajero, es de una sola planta y con amplios veredones. Mantiene naturalmente los colores característicos de todas las estaciones ferroviarias del país, cabe resaltar aquí se concentran gran cantidad de comerciantes y especialmente artesanos. La estación de ferrocarril como una necesidad para que la imponente obra de ingeniería



brinde el servicio a la comunidad fue construida en el año de 1905, mediante técnicas de preservación se pudo conservar el 100% de la estructura de madera original con la que antaño fue construida la edificación. Al momento están colocados pisos de porcelanato y piedra en las áreas de mayor circulación; mientras que en las oficinas de atención al público se ubicó madera lacada. El Ferrocarril Ecuatoriano es de alta montaña y uno de los más antiguos por lo que se ha convertido en pieza de incalculable valor histórico y atractivo turístico. El 17 de junio del 2008 se terminara la rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano. Es un proyecto social, cultural y de rescate a la memoria histórica de la mayor obra del General Eloy Alfaro, considerado como el “Ferrocarril más difícil del mundo”, por cruzar los Andes entre quebradas y prados, esquivando encañonados y ríos caudalosos. La construcción del ferrocarril constituye un símbolo de unidad nacional que sirve como atractivo turístico utilizado en varias rutas. La línea férrea enlaza a dos regiones naturales del Ecuador, dejando apreciar la extraordinaria riqueza cultural, étnica, gastronómica y bioclimática (Galora, 2015).

**Tabla 16.** Atractivo Cultural. Granja Agroturística Totorillas

**4. GRANJA AGROTURÍSTICA  
TOTORILLAS**

**Fotografía 4.** Hacienda Totorillas



**Fuente:** Diario El Comercio

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales
	Tipo:	Históricas
	Subtipo:	Arquitectura Civil
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo



	Cantón:	Guamote		
	Parroquia:	La Matriz		
	Altitud:	3230 m.s.n.m.		
	Latitud:	Este 753801 Norte 9777068		
<b>Difusión del Atractivo</b>		Su difusión es Local,		
<b>Jerarquía</b>	II		<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafila

### **Descripción:**

Según nos indica la historia “Totorillas” es una antigua hacienda estilo español cuya construcción inició en el año 1924 y culminó en 1929, sus primeros propietarios fueron el Sr. Vélez y su esposa Pastoriza, quienes después de un tiempo dejaron la hacienda en manos del Sr. Pablo Toorkuos, de nacionalidad española. A raíz de la reforma agraria el Sr. Toorkuos vende el 25 % de lotes de terreno a los moradores de la comunidad Chausan Totorillas y el otro 25% concede de huasipungo a los trabajadores de la misma hacienda por sus 168 años de servicio. El 50 % restante del total del terreno deja en manos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, posteriormente esta entidad plantea proyectos de granja agrícola productiva e implementa maquinarias agrícolas. El MAG, entrega al Instituto de Desarrollo Agrario, que no ejecuta ningún proyecto de mejoramiento; se abandona algunos años la granja agrícola.

El 3 de Agosto de 1999, el INDA, entrega la granja agrícola en comodato por 20 años al Ilustre Municipio de Guamote; esta institución recibe en comodato una extensión de 43.0193 metros cuadrados, equivalente a 43 hectáreas con 193 metros cuadrados, luego del cual el Municipio, concede el comodato en forma verbal al Comité de Desarrollo Local (CDL), que actualmente lo administra; en aquella entidad se aglutina 17 Organizaciones de Segundo Grado. Debido a conflictos entre los comodatarios el INDA decide la terminación unilateral del comodato el 20 de junio del 2006, decisión impugnada por la corporación municipal acordando las partes finalmente el 13 de diciembre del 2006 realizar un nuevo comodato por 10 años sobre la hacienda Totorillas pudiendo este ser renovado de común acuerdo entre las partes, el mismo se detalla de la siguiente manera: “Se suscribe el convenio de comodato relacionado con la Hacienda

Totorillas hoy denominada “Ing. Pablo Rizzo”, dado por el INDA a favor del Gobierno Municipal de Guamote, con sus edificaciones compuesta de casa de hacienda, vivero, lombricultura y terreno adyacente, con la finalidad de servir a la población Guamoteña” (Galora, 2015).

**Tabla 17.** Atractivo Cultural. Feria Indígena

**5. FERIA INDÍGENA**

**Fotografía 5.** Feria de Guamote



**Fuente:** Diario El Comercio

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales	
	Tipo:	Etnografía	
	Subtipo:	Ferias y Mercados	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3050 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 754868 Norte 9786451	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Internacional		
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Estado</b>	Conservado

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

## Descripción:

La feria que quizá concentra las manifestaciones culturales más importantes del cantón se desarrolla los días jueves de todo el año, en el sector urbano de la parroquia La Matriz. Todas las calles y plazas se llenan de colorido, algarabía y gente alegre que participan en el desarrollo de esta feria cantonal, aquí comerciantes, comunidades indígenas, asociaciones, cooperativas, y barrios de las tres parroquias del cantón Guamote se dan cita a vender sus productos agrícolas, ovinos, bovinos, y porcinos otros sencillamente acuden como un rito al encuentro con familiares y amigos. Esta feria llamativa por el colorido de su gente, su participación masiva que copan los mercados improvisados a comprar y vender artesanías, ponchos, anacos, bayetas y productos de primera necesidad 176 es una explotación de color y alegría. A esta feria se juntan las manifestaciones culturales más importantes del cantón como son grupos musicales y artesanos (Galora, 2015).

**Tabla 18.** Atractivo Cultural. Industria de Lácteos Cebadeño

### 6. INDUSTRIA DE LÁCTEOS CEBADENO

**Fotografía 6.** Fábrica El Cebadeño



**Fuente:** Revista Líderes

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales
	Tipo:	Realizaciones Técnicas y Científicas
	Subtipo:	Explotaciones Agropecuarios

<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	Cebadas	
	Altitud:	2950 m.s.n.m.	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Nacional		
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **Descripción:**

Las siete variedades de quesos tradicionales y gourmet que se fabrican en El Cebadeñito tienen acogida en Chimborazo, Pichincha y Morona Santiago. Este negocio le pertenece a las 12 familias que forman parte de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos de Cebadas. La empresa produce en promedio 5 000 quesos, que cada mes que se distribuyen a 32 minimercados, locales de productos artesanales y tiendas de las tres provincias. Además, tiene puntos de venta en Quito y Riobamba. El queso mozzarella y el queso fresco andino, son los productos estrella y los que tienen mayor demanda, debido a su textura cremosa y sabor equilibrado. Ambas variedades son elaboradas para el uso en la cocina doméstica y la gastronomía gourmet. El menú de productos incluye también otras variedades de quesos frescos y madurados como gouda, tilse y dambo. Estos se elaboran especialmente para degustar con vinos, frutas y embutidos. La organización se inició en 1982, como una estrategia para mejorar la calidad de vida de 36 familias de Cebadas, una parroquia situada a 30 minutos de Guamote, en Chimborazo. Antes de asociarse ellos subsistían de la agricultura y de la producción de leche que vendían individualmente. La idea de utilizar la leche que producían para elaborar quesos surgió tras conocer la experiencia de un grupo de agricultores de Salinas, en la provincia de Bolívar. Los problemas administrativos continuaron durante los tres primeros años. Los socios tuvieron que solicitar préstamos para adquirir los equipos, las utilidades no alcanzaban para pagar los sueldos y los quesos no se vendían como esperaban. Pero la situación cambió cuando en 1985 un nuevo grupo de socios decidió volver a capacitarse y contratar técnicos consultores que ayudaran a solucionar los problemas de la fábrica. En solo unos meses, cuando lograron elaborar un queso de alta calidad comenzó la tarea de comercializar y posicionar el producto en el mercado. Cada socio ayudó en esa tarea, todos recibían una cantidad de productos y recorrían las tiendas de Riobamba presentando el producto y haciendo degustaciones. Para el año 2000, los

quesos del Cebadeñito eran los más solicitados en las tiendas, y en las instituciones donde se entregaban los productos. El incremento en las ventas les incentivó a diversificar su producción, pues en un inicio solo se elaboraban dos variedades de quesos. Parte del crecimiento de la empresa también se debió a la reinversión de las utilidades (Marquez, 2017).

**Tabla 19.** Carnaval de Guamote

**7. CARNAVAL DE GUAMOTE**

**Fotografía 7.** Carnaval de Guamote



**Fuente:** Diario Los Andes

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales	
	Tipo:	Acontecimientos Programados	
	Subtipo:	Fiestas Religiosas	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3050 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 754804 Norte 9786257	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Internacional		
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Estado</b>	Conservado

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafía

**Descripción:**

Esta fiesta religiosa se celebra en homenaje a San Carlos, patrono del barrio San Juan, además se festeja el Carnaval, despidiendo así los placeres mundanos para empezar el tiempo de cuaresma con paz y tranquilidad. Esta celebración tiene lugar cada año, con un periodo de duración de 15 días, para lo cual se prepara programas y actividades que llena de alegría las familias Guamoteñas. La modernización de la fiesta del Carnaval de Guamote y la configuración de su 191 forma actual inicia con don Mariano Vimos, quien, alrededor de la década de los cincuenta, toma el liderazgo del barrio San Juan y de la organización de la fiesta de Carnaval. Los cambios involucraron principalmente el mejoramiento de la organización de la fiesta a través de la inclusión de comparsas, más bandas de música, toros y la mejora en la calidad y confección de los trajes utilizados en la fiesta. La fiesta se volvió más grande y colorida y las celebraciones del barrio San Juan también se integraron en los programas o actividades de la población mestiza de Guamote. En particular, la entrega de jochas a los reyes empezó a hacerse con comparsas y bandas. Se dejó de visitar a los reyes de otras comunidades, aunque se siguió recorriendo las lomas y sembríos cercanos. La invitación para la participación en las fiestas ya no fue únicamente para las autoridades sino para el resto de la población de Guamote. A partir de los años setenta, cuando el modelo de mestización adoptado por don Mariano Vimos se consolidó con la dirección de don Segundo Condo, la fiesta continuó creciendo paulatinamente. Se formalizaron algunos de sus aspectos como la elección del “rey” en el barrio San Juan, la devoción a San Carlos, el establecimiento paulatino de otras tradiciones o costumbres como el entierro del Carnaval y el recorrido por las calles del pueblo en lugar de las lomas circundantes. Además de todo esto, en Guamote también se institucionalizaron actividades comunes a las fiestas como la organización de festivales artísticos, bailes públicos, la elección de la reina y el desfile de Carnaval que configurarían la fiesta en la actualidad (Galora, 2015).



Tabla 20. Atractivos Culturales. Puente Negro

**8. PUENTE NEGRO**

**Fotografía 8. Puente Negro**



**Fuente:** Paulina Chafla

<b>Clasificación del Atractivo</b>	<b>Categoría:</b>	Manifestaciones Culturales	
	<b>Tipo:</b>	Realizaciones Técnicas y Científicas	
	<b>Subtipo:</b>	Obras Técnicas	
<b>Localización</b>	<b>Provincia:</b>	Chimborazo	
	<b>Cantón:</b>	Guamote	
	<b>Parroquia:</b>	La Matriz	
	<b>Altitud:</b>	3050 m.s.n.m.	
	<b>Latitud:</b>	753755	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es local		
<b>Jerarquía</b>	I	<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Descripción:**

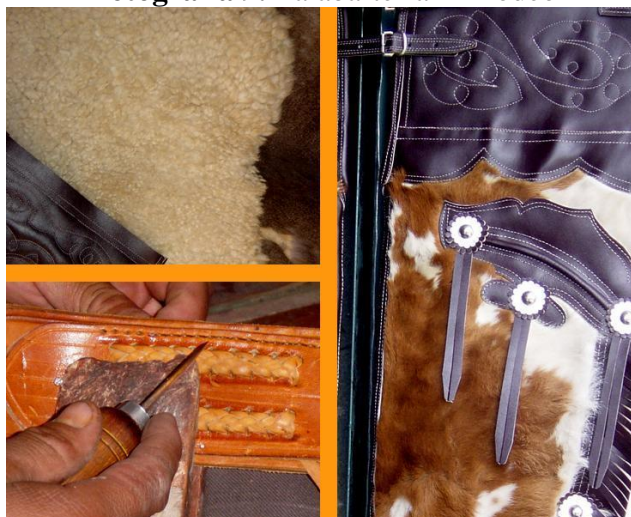
Fue construido por la Compañía American Bridge de New York, USA., construida con piedra, acero, durmientes, y cemento. Es una edificación de 150 165 m. de longitud sostenida por 4 pirámides de piedra de 10m. de altura, sobre el río del mismo nombre, se la construyó con la finalidad de atravesar la línea del ferrocarril. El tren en su recorrido

atraviesa por el legendario Puente Negro, nombre en honor a un lobo que habitaba en el sector se dice que “aparecía todas las noches de luna para encantar a las doncellas del lugar (Galora, 2015).

**Tabla 21.** Atractivos Culturales. Talabartería El Rodeo

**TALABARTERÍA EL RODEO**

**Fotografía 9.** Talabartería El Rodeo



**Fuente:** Jara, Vanessa

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Manifestaciones Culturales	
	Tipo:	Etnografía	
	Subtipo:	Artesanías	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3050 m.s.n.m.	
	Latitud:	754878	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Internacional		
<b>Jerarquía</b>	I	<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafra

**Descripción:**

La talabartería es el arte de trabajar artículos de cuero, la misma es fuente de trabajo del señor Ángel Abendaño, un arte que ha sido transmitido de generación en generación



desde 1984, conservado por 31 años. El local reside en el sector 188 urbano del cantón Guamote, elabora artesanías en cuero, mismas que son utilizadas por los vaqueros del sector. Los productos que confeccionan son comercializados en el taller artesanal del cantón, todos los días. Los productos que confeccionan son: zamarros, monturas, riendas de freno, bozalillos, estribos, es decir monturas completas. Elaboran una montura para vaquería demora un mes su elaboración, confeccionar un zamarro le toma alrededor de 1 día, todos sus artículos son confeccionados a mano (Galora, 2015).

**Tabla 22.** Resumen de Atractivos Turísticos Culturales

<b>ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>		<b>JERARQUÍA</b>
1	Iglesia de Palmira	II
2	Iglesia de Guamote	II
3	Estación del Ferrocarril y el Tren en Guamote	II
4	Puente Negro	I
5	Granja Agroturística Totorillas	II
6	Feria Indígena	II
9	Industria de Lácteos Cebadeñito	II
10	Talabartería el Rodeo	I
11	Carnaval de Guamote	III

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

## Atractivos turísticos naturales

Los sitios naturales que se encuentran en la naturaleza representan un atractivo turístico para el cantón. A continuación, se describen los principales atractivos naturales con los que cuenta el cantón Guamote.

**Tabla 23.** Atractivos Turísticos Naturales. Lagunas de Atillo

### 1. LAGUNAS DE ATILLO

**Fotografía 10.** Lagunas de Atillo



**Fuente:** Paulina Chafla

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Sitios Naturales	
	Tipo:	Ambiente Lacustre	
	Subtipo:	Lagunas	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	Cebadas	
	Altitud:	3410-3480 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 777491 Norte 9759191	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Internacional		
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Estado</b>	Conservado

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Descripción:**

La comunidad San José de Atillo está localizada en la provincia de Chimborazo, cantón Guamote, parroquia Cebadas a 84 Km de la ciudad de Riobamba junto a la vía Guamote-Macas. El sistema lacustre de Atillo está conformado por alrededor de 18 lagunas; entre las más importantes están la laguna Colay o Magdalena, Kuyuk y la laguna Negra.

**Temperatura promedio:** 6 a 12 grados centígrados.

**Precipitación:** 681,3 mm.

**Zonas de vida:** bosque húmedo. Altitud: 3446 a 3727 m.s.n.m.

**Latitud:** 97° 59' 19"

**Laguna Colay o Magdalena:** Su nombre original es Colay-Cocha que significa lago de castigo o penitencia. Esta laguna es la más extensa de la zona y posee un islote en el interior, la misma que está cubierta por vegetación nativa como el polylepis. En los alrededores de la laguna se pueden observar patos, gaviotas andinas entre otras especies.

**Laguna Kuyuk:** Es una laguna de aguas cristalinas que se encuentra en el borde la vía Riobamba- Macas de fácil acceso para la realización de pesca deportiva controlada y fotografía.

**Tabla 24.** Atractivos Turísticos Naturales. Dunas de Arena

## 2. DUNAS DE ARENA

**Fotografía 11.** Desierto de Palmira



**Fuente:** Michelle Quito

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Sitios Naturales	
	Tipo:	Desiertos	
	Subtipo:	Dunas	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	Palmira	
	Altitud:	3260 m.s.n.m.	
	Latitud:	Este 749563	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es Nacional		
<b>Jerarquía</b>	III	<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **Descripción:**

El desierto de Palmira se encuentra ubicado en la provincia de Chimborazo en la parroquia Palmira, está aproximadamente a 3 horas 54 minutos de la ciudad de Guayaquil, para llegar a este hermoso destino turístico existen recomendaciones para los turistas en temas como la conservación del medio ambiente y la comunicación por la seguridad de los pobladores de las comunidades aledañas, la conservación de las dunas de arena es primordial por lo cual está establecido que respeten los senderos y no entren al territorio con vehículos 4x4, además está prohibido arrojar basura en sus alrededores, ahora bien se sugiere a los turistas tengan contacto previo con algún jefe de comunidad del territorio ya que éstos pueden deducir que los que ingresen a dichas zonas son delincuentes y con ello toman alguna reacción poco agradable. El desierto de Palmira es considerado uno de los centros turísticos más hermosos del Ecuador ya que es único y cuenta con una flora y fauna exclusiva, éste pequeño desierto se puede realizar actividades como camping, exploración y fotografía de paisaje o fotografía de acción/deportiva, esta zona fluctúa entre los 8 y 24 grados centígrados, se puede decir que la presencia de lluvia tienden a ser en determinadas horas del día. Este

pequeño punto ubicado en el Chimborazo sugiere la visita a los turistas ya que se encontrarán con detalles poco usuales y podrán comparar con el gran desierto del Sáhara (Quito, 2020).

**Tabla 25.** Atractivos Turísticos Naturales. Páramo de Pull Quishuar

### 3. PÁRAMO PULL QUISHUAR

**Fotografía 12.** Páramo Pull Quishuar



**Fuente:** GAD Cantonal Guamote

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Sitios Naturales	
	Tipo:	Bosques	
	Subtipo:	Páramo	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3480 m.s.n.m.	
	Latitud:	744122	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es local		
<b>Jerarquía</b>	I	<b>Estado</b>	Conservado

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

#### **Descripción:**

Área que alcanza 466 ha de páramo que pertenece a la Asociación de Pobladores de la comunidad Pull San José Quishuar, se encuentra formada por páramo de pajonal, en su mayoría; páramo pantanoso, páramo sobre arenales, conjugado por una gran cantidad de

especies de flora y fauna típicas de este ecosistema, entre 151 la flora que se puede apreciar tenemos; chuquiragua, valeriana, pumamaqui, paja, cachos de venado, quishuar, entre la fauna representativa está el conejo silvestre, lobos, colibrí, curiingue entre otros. Todo el ecosistema se encuentra rodeado por un sistema montañoso de picos y riscos de mediana altura (Galora, 2015).

**Tabla 26.** Atractivos Turísticos Naturales. Páramo San Vicente de Tablillas.

#### 4. PÁRAMO SAN VICENTE DE TABLILLAS

**Fotografía 13.** Páramo San Vicente de Tablillas



**Fuente:** Revista Elements

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Sitios Naturales
	Tipo:	Bosques
	Subtipo:	Páramo
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo
	Cantón:	Guamote
	Parroquia:	Cebadas
	Altitud:	3400 - 5400 m.s.n.m



	Latitud:	Este 768780 Norte 9783292
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es local	
<b>Jerarquía</b>	I	<b>Estado</b> Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **Descripción:**

En la comunidad San Vicente de Tablillas encontramos un área que alcanza 640 ha de páramo que pertenece a los pobladores de la misma comunidad. Al recorrer esta amplia extensión encontramos viviendas construidas de paredes de tapial, madera y techos de paja tejida, este recurso está formado en su mayoría de páramo de pajonal y pantanoso, conjugado por una gran cantidad de especies de flora/fauna típicas de este ecosistema, así también encontramos piedras de gran tamaño que hacen del escenario muy particular; en el sitio más alto con las condiciones climáticas favorables disfrutamos de un mirador natural del cual observamos la ciudad de Riobamba y algunas comunidades aledañas (Jara V. , 2016)

**Tabla 27.** Atractivos Turísticos Naturales. Mirador Ushubug

## 5. MIRADOR USHUBUG

**Fotografía 14.** Mirador de Ushubug



**Fuente:** Jairo Pucha

<b>Clasificación del Atractivo</b>	Categoría:	Sitios Naturales	
	Tipo:	Montaña	
	Subtipo:	Mirador	
<b>Localización</b>	Provincia:	Chimborazo	
	Cantón:	Guamote	
	Parroquia:	La Matriz	
	Altitud:	3128 m.s.n.m.	
	Latitud:	-1.927417	
<b>Difusión del Atractivo</b>	Su difusión es local		
<b>Jerarquía</b>	II	<b>Estado</b>	Conservado

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **Descripción:**

Mirador natural que se encuentra en la montaña Ushubug, constituida por tierra negra utilizada en actividades agrícolas y residuos de piedra blanca. Ascender al mirador supone una experiencia única, desde ahí tendrá una vista espectacular de la zona urbana de la parroquia matriz, aquí podrá obtener las mejores fotos turísticas de la ciudad con un enfoque distinto de sus casas, edificios patrimoniales, zonas de montañas y su altitud; hacen de este mirador un magnifico atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. Actualmente en el mirador se realizan actividades como: fotografía del paisaje y trekking. Se sugiere sumar actividades como: observación de aves y cabalgatas (Pucha, 2019).



**Tabla 28.** Resumen de Atractivos Turísticos Naturales.

<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURALES</b>		
<b>No.</b>	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>JERARQUIA</b>
1	Complejo Lacustre Atillo	III
2	Cueva del Luterano	I
3	Mirador Mira Loma	I
4	Dunas de Arena	II
5	Páramo Pull-Quishuar	II
6	Páramo San Vicente de Tablillas	II
7	Mirador Ushubug	II

**Fuente:** PDOT Cantón Guamote 2019-2023

**Elaborado por:** Paulina Chafla

### 5.2.2 Infraestructura del cantón Guamote

El análisis de la infraestructura que posee el cantón es de suma importancia para el diseño de un producto turístico ya que constituye la base para la estructura requerida por los turistas para el desarrollo turístico de una localidad, por lo cual a continuación se analiza los aspectos principales que componen la infraestructura del cantón Guamote:

**Tabla 29.** Infraestructura del cantón Guamote

<b>Infraestructura del cantón Guamote</b>		
<b>Tipo de infraestructura</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características</b>
<b>Vías de acceso</b>	<p><b>Red Provincial:</b> E35 Riobamba-Guamote- Alausí</p> <p><b>Red Parroquial:</b> Guamote-Cebadas Guamote-Palmira</p> <p><b>Red Local:</b> Guamote-diferentes comunidades</p>	La red vial rural se encuentra en condiciones aceptables desde las cabeceras parroquiales, mismas que conectan a todas las Comunidades del Cantón (son vías de primer, segundo y tercer orden.
<b>Señalización</b>	<p>Señalización Turística General</p> <p>Señalización Turística por atractivos</p>	La utilización de letreros informativos, de servicios y claquetas informativas en los diferentes atractivos.
<b>Transporte</b>	<p>Transporte interprovincial Transporte intercantonal</p> <p>Transporte interparroquial</p>	<p>Cooperativa de Transportes Guamote</p> <p>Cooperativa de Transportes Línea Gris</p> <p>COOP Transporte UNIDOS CIA. Transporte MUSHUG YUYAY</p> <p>Alianza Llinllin</p>

		Zula Ozogoche
<b>Comunicación</b>	Canales de TV disponibles Estaciones de radio disponibles Medios impresos disponibles Acceso a internet Acceso a telefonía fija Operadores de telefonía móvil disponible	Teleamazonas, RTS, Telerama y Asomavision  Radio Colta, Sensación, Guamote, Tricolor, Sucta Urco  Movistar, Claro, CNT, Tuenti
<b>Servicios Básicos</b>	Agua potable Energía Eléctrica Alcantarrillado Manejo de desechos- recolección de basura	En el cantón Guamote la disponibilidad de servicios básicos en general es baja y la accesibilidad es complicada por las características geomorfológicas del territorio y por la dispersión de los asentamientos humanos.

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### 5.2.3 Servicios Turísticos

Los servicios turísticos son de gran importancia debido a que se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas. Por lo que se ha visto necesario el análisis de los diferentes servicios turísticos existentes en el cantón:

**Tabla 30.** Establecimientos de Alojamiento

No.	Establecimiento	Tipo	Dirección
1	Chuza Longa Home	Hotel	Cabecera cantonal en el barrio 24 de mayo calles García Moreno y 5 de junio
2	Hotel Ramada Internacional	Hotel	Cabecera cantonal en el Barrio Central Riobamba y Carlos Vela
3	Inty Sisa House	Hotel	García Moreno y Vargas Torres
4	Hacienda Agroturística Totorillas	Hacienda Turística	Km 10 Vía Panamericana Sur
5	Hotel La Giralda	Hotel	Av. Macas y Panamericana Sur
6	Cabañas Saskines	Cabañas	Comunidad Atillo

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Paulina Chafra

**Tabla 31.** Establecimientos de Alimentos y Bebidas

No.	Establecimiento	Tipo	Dirección
1	Buena comida	Restaurante	Panamericana sur y Av. Montalvo
2	El Charro	Restaurante	Panamericana sur y Av. Montalvo
3	Restaurante La Melissa Gastroecuatoriana	Restaurante	Riobamba
4	El Monito	Restaurante	Riobamba y General Barriga
5	Picantería “Gladys Siguencia”	Restaurante	Riobamba y General Barriga
6	Sabor Guamoteño	Restaurante	Eloy Alfaro y General Barriga
7	Doña Laurita	Restaurante	10 de Agosto y Gonzalo Suarez
8	Rincón Guamoteño	Restaurante	Av. Panamericana sur y Chile

9	El Sebas	Restaurante	Av. Panamericana sur y Av. Macas
10	Adamares	Restaurante	Palmira. Cuenca y V. Logroño
11	El sabor Palmireño	Restaurante	Palmira. Panamericana Sur s/n
12	El Descanso del viajero	Restaurante	Cebadas. Eloy Alfaro y Tarqui
13	Real Ramada	Restaurante	Cebadas. Juan Montalvo y Tarqui
14	Fritadas Doña Enma	Restaurante	Palmira. Cuenca y V. Logroño
15	Fritadas Doña Gladis	Restaurante	Palmira. Cuenca y V. Logroño

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaborado por:* Paulina Chafla

### **Operadora de Turismo**

No existen Operadoras o agencias de viajes consolidadas que realicen el trabajo de intermediación, pero existe la Fundación centro educativo INTI SISA que es un proyecto educativo que realiza talleres, además de realizar turismo ofreciendo varios productos turísticos para extranjeros que deseen visitar el cantón.

### **5.3. Análisis de la Demanda turística del cantón**

Se debe mencionar y analizar que la mayoría de visitantes que llegan hasta Guamote y sus parroquias, son ecuatorianos, quienes llegan a hospedarse en sus casas o de sus familiares en ocasiones especiales. Y los pocos visitantes extranjeros permanecen horas en Guamote o sus alrededores. Los mayores desplazamientos de visitantes hacia el cantón Guamote se dan en el feriado de Carnaval, como podemos observar, en esta fecha a nivel nacional, se produce el mayor movimiento de personas. Este debe ser el punto más fuerte y la fiesta tradicional a la que se debe poner más énfasis en promoción para atraer la mayor cantidad posible de turistas hacia Guamote y Cebadas. Para los feriado en diciembre de navidad y fin de año es importante también que se pueda atraer turistas a las fiestas de Palmira.

En el registro de la mesa de turismo del GADM- Guamote se obtiene información del 2018 que han visitado 137 turistas nacionales y 174 turistas extranjeros. Además, se cuenta con el dato del tren crucero que pasa por el cantón Guamote una vez al mes que en el 2018 fueron 1363 pax que hicieron uso del tren crucero, 32,74% son turistas de América del Norte. Es información más actual que se tiene debido a la situación actual por la que se está atravesando actualmente en el mundo entero por la pandemia del Covid-19. De la investigación de campo efectuada por el GADMCG se determinó la siguiente información de las visitas al cantón:

**Tabla 32.** Registro del N° de turistas nacionales y extranjeros del cantón Guamote

Nacionalidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Holandeses	77	95	98	36	130	143	194	298	141	132	135	57
Franceses	34	27	52	18	15	89	30	50	25	35	34	11
Alemanes	51	24	32	5	54	18	50	80	19	42	52	22
Belgas			5	7	7	5	49	19	5		8	6
Australianos		15	26		7				8	46		
Canadienses		52	107	39		92	34	15	5	21		
Estado Unidoses	8	5	5				6	8	6			
Rusos	6	4										
Suecos			25		4							
<b>TOTAL</b>	<b>176</b>	<b>222</b>	<b>350</b>	<b>105</b>	<b>217</b>	<b>347</b>	<b>363</b>	<b>470</b>	<b>209</b>	<b>276</b>	<b>229</b>	<b>96</b>

*Fuente:* PDOT Cantón Guamote 2019-2023

*Elaborado:* Paulina Chafila

#### 5.4. Análisis FODA

Se realizó un análisis FODA para obtener información de la situación turística actual en el cantón Guamote, donde se detalla a continuación las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el cantón, y en base al estudio antes realizado de la situación actual, la oferta, demanda y el presente análisis se procede al diseño de producto turístico que beneficie al turismo del cantón innovando la oferta turística.

**Tabla 33.** Matriz FODA del turismo en el cantón Guamote

<b>MATRIZ FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de atractivos turísticos naturales y culturales.</li> <li>• Gente amable y servicial.</li> <li>• Vías de acceso en buen estado</li> <li>• Fácil acceso al cantón y sus atractivos</li> <li>• Variedad en la oferta gastronómica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitada oferta de productos turísticos</li> <li style="padding-left: 20px;">Limitada Infraestructura turística</li> <li>• Poca promoción y difusión turística</li> <li>• Limitada gestión por parte de las autoridades con respecto a la actividad turística.</li> <li>• Carencia de adecuadas normas de higiene en la manipulación de alimentos</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de nuevos productos turísticos Incremento en la demanda turística</li> <li style="padding-left: 20px;">• Reactivación turística</li> <li>• Innovación en el ámbito turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recesión económica</li> <li>• Pandemia de Covid-19</li> <li style="padding-left: 20px;">• Crisis política</li> </ul>

*Elaborado por:* Paulina Chafla

## **6. Diseño de un producto turístico para el cantón Guamote**

### **6.1. Producto**

El producto “**Guamote un pedazo de cielo en la Tierra**” mediante su oferta busca satisfacer las necesidades de los clientes potenciales, ya que gracias a los resultados obtenidos con la recolección de datos se adecuó dicho producto a las necesidades, gustos y demás características del cliente con el fin de brindar un buen servicio y el uso responsable de las actividades a realizarse en el cantón Guamote que posee atractivos naturales y culturales propios para ser aprovechados.

Guamote posee atractivos naturales y culturales visitados y no visitados por los turistas que pasan por el cantón, debido al desconocimiento de su existencia diseñaré un producto turístico que enlace todos estos atractivos, constituyéndose así una herramienta de apoyo que promueva la integración de los mismos, involucrando la participación de las comunidades locales en la actividad turística, los prestadores de servicios y guías, lo cual ayudará en el

mejoramiento de las condiciones de vida de los implicados. Este trabajo es propuesto como un aporte para el fortalecimiento de la Oferta Turística en el cantón Guamote, debido al limitado diseño de un producto turístico, por lo cual se pretende realizar una integración de los atractivos, con el objetivo de difundir los mismos a mayor escala, dando a conocer su cultura, gastronomía, actividades, buscando la diversificación de la oferta siendo un vínculo para atraer el turismo y generar ganancias económicas.

### **Características del Producto**

- El presente producto turístico que ofrece al turista una mezcla de naturaleza, cultura y gastronomía, lo cual lo convierte en un producto conforme a las necesidades de quienes visitan el lugar.
- Se encuentra en un medio con características únicas en su medio, belleza, singularidad que hacen de este un ambiente agradable para sus visitantes.
- Entre los servicios que conforman el producto se detallan los siguientes: Alojamiento, alimentos y bebidas, guianza a sitios naturales, deportes, y convivencia cultural.

A continuación, se detallan los diferentes paquetes turísticos que integrarán este producto turístico:

### **6.2. Paquete Turístico 1**

El presente paquete combina tanto los atractivos naturales, culturales y una muestra de las costumbres de la población guamoteña, donde en un solo día se pueda conocer mucho de la riqueza del cantón Guamote.

**Tabla 34.** Paquete Turístico 1. Guamote Encanto Natural y Cultural

---

#### **PAQUETE TURÍSTICO 1**

**Nombre:** Guamote Encanto Natural y Cultural

---





*Imagen 1. Logo del paquete turístico 1*  
*Fuente: Paulina Chafra*

**Características:**

**Carácter:** Naturaleza, cultural, gastronómico

**Dificultad:** Fácil

**Duración:** 1 día

**Recorrido:** Guamote

**Pax máximo:** 10 personas

Incluye	No Incluye
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Snacks</li> <li>• Almuerzo</li> <li>• Medio de transporte</li> <li>• Recuerdo de despedida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas o comidas no especificadas en el paquete.</li> <li>• Artesanías no especificadas en el paquete.</li> </ul>

**Lista de Atractivos:**

- Parque Eugenio Espejo
- Iglesia de la Matriz de Guamote
- Estación del Tren
- Feria Intercultural indígena
- Puente Negro
- Cueva del Luterano
- Mirador Ushubug

**Requerimientos y equipos:**

- Ropa y zapatos cómodos
- Cámara
- Gorra
- Bloqueador solar

### Prohibiciones

- Llevar consigo armas blanca y armas de fuego
- Tomar bebidas alcohólicas
- Alejarse del grupo

### Normas de Comportamiento

- No arrojar basura en los atractivos
- No destruir la infraestructura o materiales de la zona
- No extraer ni introducir especies vegetales o animales a la zona.

*Elaborado por:* Paulina Chafla

#### 6.2.1. Itinerario:

*Tabla 35.* Itinerario paquete 1

<b>DÍA 1</b>		
<b>GUAMOTE ENCANTO NATURAL Y CULTURAL</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividades</b>
<b>08h00</b>	Salida Parque Eugenio Espejo del cantón Guamote	Punto de encuentro, bienvenida y explicación del recorrido
<b>08h30</b>	Iglesia Matriz del cantón Guamote	Visita y recorrido
<b>09h00</b>	Talabartería “El Rodeo”	Recorrido, compra de artesanías
<b>09h30</b>	Snack de media mañana	Snack que consta de una manzana, agua o jugo de su preferencia y una barra energética
<b>10h00</b>	Estación del tren	Compra de artesanías, caminata, fotografía, observación
	Feria Intercultural indígena	
	Puente Negro	
	Cueva del Luterano	

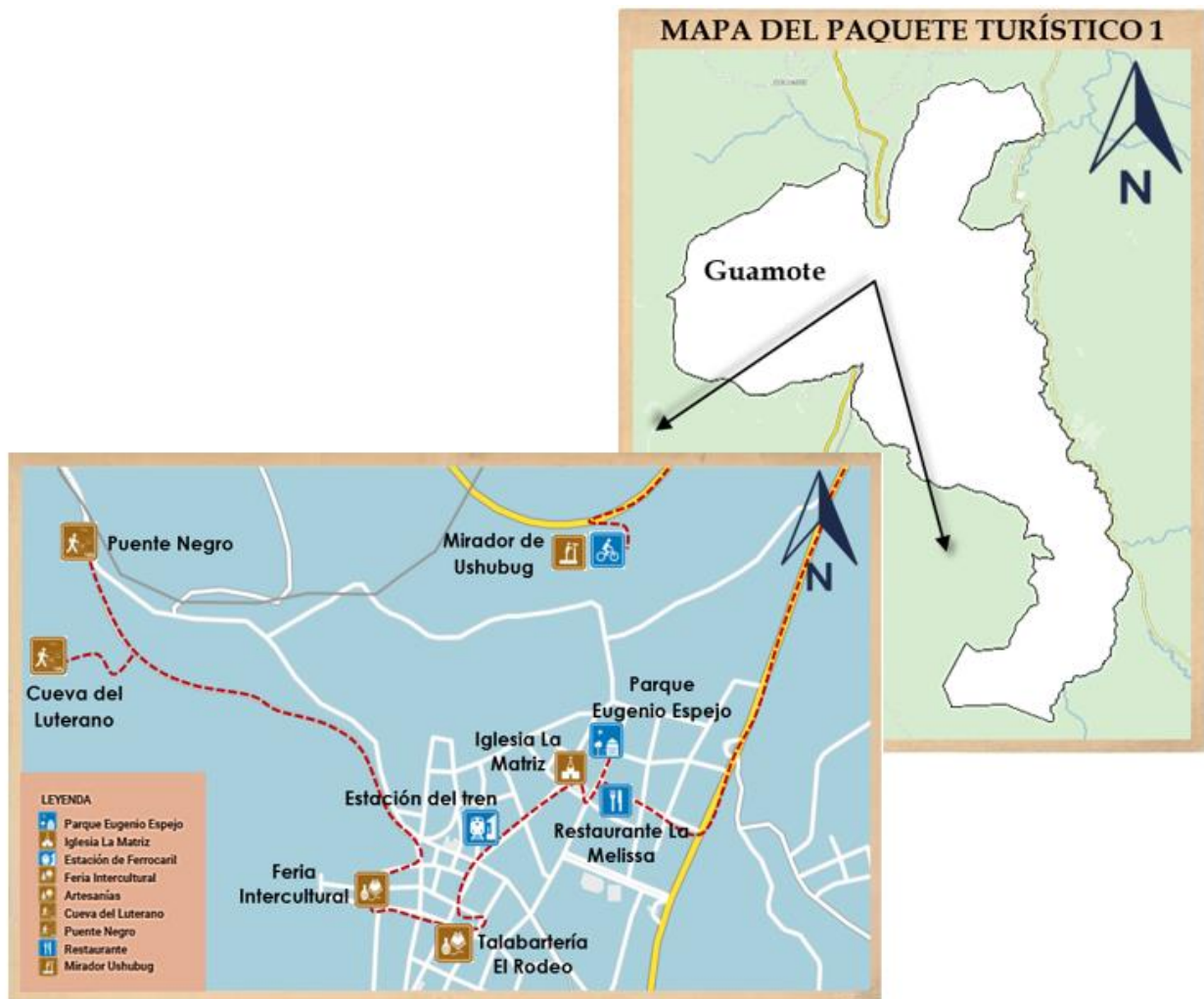
<b>13h00</b>	Restaurante La Melissa Gastroecuatoriana	Almuerzo típico de Guamote
<b>14h30</b>	Mirador Ushubug	Recorrido en bicicleta, fotografía, observación
<b>16h30</b>	Retorno Guamote	Fin del recorrido: agradecimiento, y entrega de recuerdos

**Observaciones:**

El recorrido desde el centro de la ciudad hasta el mirador es en bicicleta, el recorrido hacia los demás atractivos se lo realizará a pie debido a la cercanía entre los mismos. Los atractivos a visitar no tienen costo de ingreso.

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**6.2.2. Mapa de la Ruta del paquete 1**



*Imagen 2. Mapa del Paquete Turístico 1  
Elaborado por:* Paulina Chafla

### **6.2.3. Descripción del paquete**

El recorrido iniciará en el parque Eugenio Espejo ubicado al frente del municipio de la ciudad donde se les dará la bienvenida a los turistas, se procederá a dar inicio del city tour por las principales calles de la ciudad, se iniciará con una visita a la Iglesia de la Matriz donde se dará un recorrido por el lugar, se tomarán fotografías y se admirará su arquitectura. Después para continuar con la visita a la Talabartería El Rodeo donde se dará una explicación de cómo se realizan los diferentes productos en cuero que se ofrecen en el lugar, aquí se puede hacer la compra de algún recuerdo o de alguna artesanía. Luego nos trasladaremos a la estación del tren para dar un recorrido por las instalaciones y tener una charla sobre la historia del sitio, al finalizar recorreremos las principales calles donde se dan cita vendedores de todas partes del cantón y fuera del mismo para ofrecer sus productos en una de las ferias más importantes del país como lo es la Feria Intercultural indígena que tiene lugar los días jueves en donde los turistas podrán comprar productos o artesanías según su preferencia. Después de realizar este recorrido se les hará la entrega a cada turista de un snack de refrigerio para luego continuar con el recorrido y trasladarnos hacia el puente negro y la cueva del luterano que son atractivos muy cercanos al centro de la ciudad. Después de realizar la caminata y tomar fotografías retornaremos a la ciudad para dirigirnos al restaurante El Sabor Guamoteño para almorzar y posterior para descansar. Con el grupo reunido se les hara entrega de las bicicletas con todos los accesorios como es casca y rodilleras para preservar su seguridad a continuación se dará una breve explicación sobre el uso y manejo de las bicicletas, posteriormente nos dirigiremos hacia el mirador de Ushubug donde se puede realizar la observación del cantón Guamote y tomar fotografías, luego retornamos por las principales calles hasta llegar al parque Eugenio Espejo donde al principio fue el punto de encuentro, se les dará el agradecimiento respectivo y la despedida con la entrega de recuerdos con artesanías hechas por manos guamoteñas.

### **6.3. Paquete Turístico 2**

El paquete que se dará a conocer a continuación combina la belleza de los atractivos naturales, culturales y una muestra de las costumbres de la población de la parroquia Palmira, donde en un solo día se pueda conocer mucho de la riqueza de las otras parroquias que integran nuestro querido cantón Guamote.

**Tabla 36.** Paquete Turístico 2. Guamote un Mágico recorrido por las Dunas de Arena

**PAQUETE TURÍSTICO 2**

**Nombre:** Guamote un Mágico recorrido por las Dunas de Arena



**Imagen 3.** Logo del Paquete Turístico 2  
*Fuente:* Paulina Chafra

**Características:**

**Carácter:** Naturaleza, agrícola, gastronómico

**Dificultad:** Fácil

**Duración:** 1 día

**Recorrido:** Guamote, Palmira

**Pax máximo:** 10 personas

Incluye	No Incluye
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Snacks</li> <li>• Almuerzo</li> <li>• Medio de transporte</li> <li>• Entrada a los atractivos</li> <li>• Recuerdo de despedida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas o comidas no especificadas en el paquete.</li> <li>• Artesanías no especificadas en el paquete.</li> </ul>

**Lista de Atractivos:**

- Dunas de arena
- Parroquia de Palmira
- Iglesia del Señor de la Misericordia
- Hacienda Agroturística Totorillas

### Requerimientos y equipos:

- Ropa cómoda
- Cámara
- Gorra
- Zapatos cómodos
- Bloqueador solar

### Prohibiciones

- Llevar consigo armas blanca y armas de fuego
- Tomar bebidas alcohólicas
- Alejarse del grupo

### Normas de Comportamiento

- No arrojar basura en los atractivos
- No destruir la infraestructura o materiales de la zona
- No extraer ni introducir especies vegetales o animales a la zona.

*Elaborado por:* Paulina Chafila

#### 6.3.1. Itinerario:

*Tabla 37.* Itinerario paquete 2

<b>DÍA 1</b>		
<b>GUAMOTE UN MÁGICO RECORRIDO POR LAS DUNAS DE ARENA</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividades</b>
<b>08h00</b>	Encuentro en la segunda subestación de Gasolina de la ciudad	Punto de encuentro, bienvenida y explicación del recorrido
<b>08h30</b>	Salida hacia las Dunas de arena en la parroquia de Palmira	Transfer transporte turístico
<b>09h00</b>	Dunas de arena	Recorrido a caballo por el lugar, fotografía, observación
<b>11h00</b>	Snack de media mañana	Snack que consta de una manzana, agua o jugo de su preferencia y una barra energética
<b>11h30</b>	Salida a la parroquia de Palmira	Transfer transporte turístico
<b>11h45</b>	Parroquia de Palmira	Recorrido, fotografía, observación
<b>12h00</b>	Iglesia del Señor de la Misericordia	

<b>12h30</b>	Salida a la Hacienda Agroturística Totorillas	Transfer transporte turístico
<b>13h00</b>	Restaurante de la Hacienda Agroturística Totorillas	Almuerzo típico de Guamote
<b>14h30</b>	Descanso en la Hacienda Agroturística Totorillas	Recorrido, presentación artística, explicación técnicas ancestrales de agricultura, fotografía, observación
<b>16h30</b>	Retorno Guamote	Transfer, retorno transporte turístico
<b>17h00</b>	Salida retorno a Guamote	Fin del recorrido: agradecimiento, y entrega de recuerdos

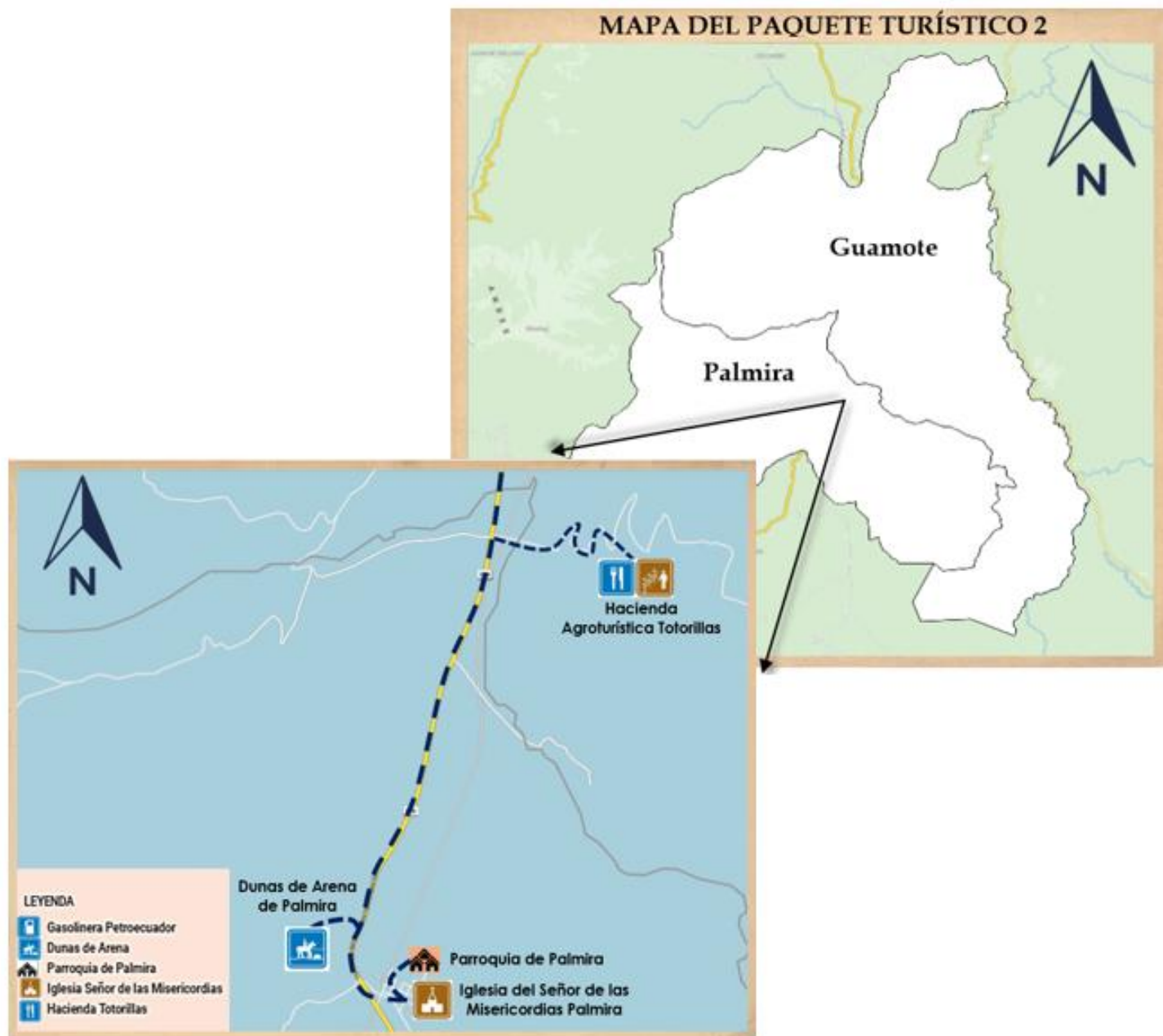
**Observaciones:**

La entrada al atractivo de las Dunas de Arena tiene costo de \$1 dólar pero el mismo está incluido en el paquete.

*Elaborado por:* Paulina Chafla



### 6.3.2. Mapa de la Ruta del paquete 2



*Imagen 4. Mapa del Paquete Turístico 2  
Elaborado por: Paulina Chafla*

### 6.3.3. Descripción del paquete

El punto de encuentro será en la segunda Subestación de Gasolina de la ciudad ubicada en la entrada de la misma donde se les dará la bienvenida a los turistas y una breve explicación del tour, los turistas tomarán un minibus turístico hacia las Dunas de Arena en la parroquia



de Palmira al llegar se darán explicaciones del lugar y de las actividades que se pueden realizar, las personas que deseen harán un recorrido en caballo y quienes no lo deseen sólo darán una caminata por el sitio. Después de realizar este recorrido se les hará la entrega a cada turista de un snack de refrigerio para luego continuar con el recorrido y trasladarnos hacia la parroquia de Palmira en donde se hará una visita a la Iglesia del Señor de la Misericordia de Palmira en el lugar se podrán tomar fotografías, conocer más de la historia de la iglesia y posterior a eso se dará un recorrido por la parroquia conociendo más de su cultura, al finalizar nuevamente se les dividirá en grupos para trasladarnos hacia la Hacienda Agroturística de Totorillas lugar donde los turistas van a almorzar y después se contará con la presencia de un grupo de danza de la población que realizarán una presentación artística, luego se dará una explicación de las principales técnicas ancestrales de agricultura para que los turistas puedan conocer más sobre este tema. Los turistas al finalizar podrán dar un recorrido por el lugar y descansar ya en la tarde retornaremos hacia la parroquia Matriz de Guamote donde se les dará el agradecimiento respectivo y la despedida con la entrega de recuerdos con artesanías hechas por manos guamoteñas.

#### **6.4. Paquete Turístico 3**

El paquete que se ofrece a continuación, muestra en dos días la belleza de los atractivos naturales, culturales y una muestra de las costumbres de la población guamoteña, contando con la combinación perfecta para lograr que el turista se sienta satisfecho con su visita.

**Tabla 38.** Paquete Turístico 3. Guamote un Viajer Milenario hacia el corazón de las Lagunas de Atillo

<b>PAQUETE TURÍSTICO 3</b>
----------------------------

<b>Nombre:</b> Guamote un viaje Milenario hacia el corazón de las Lagunas de Atillo
-------------------------------------------------------------------------------------



**Imagen 5.** Logo del paquete turístico 3  
**Fuente:** Paulina Chafla

**Características:**

**Carácter:** Naturaleza, cultural

**Dificultad:** Medio

**Duración:** 2 días

**Recorrido:** Guamote, Cebadas

**Pax máximo:** 10 personas

Incluye	No Incluye
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Snacks</li> <li>• Almuerzo</li> <li>• Medio de transporte</li> <li>• Recuerdo de despedida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas o comidas no especificadas en el paquete.</li> <li>• Artesanías no especificadas en el paquete.</li> </ul>

**Lista de Atractivos**

- Páramo de Pull Quishuar y Laines
- Comunidad Pull Quishuar
- Parroquia Cebadas
- Fábrica de quesos “El Cebadeñito”
- Centro Turístico Comunitario Guarguallá
- Lagunas de Atillo
- Mirador Laguna Negra
- Comunidad de Atillo

**Requerimientos y equipos:**

- Ropa cómoda
- Cámara
- Gorra
- Zapatos cómodos
- Bloqueador solar

### Prohibiciones

- Llevar consigo armas blanca y armas de fuego
- Tomar bebidas alcohólicas
- Alejarse del grupo

### Normas de Comportamiento

- No arrojar basura en los atractivos
- No destruir la infraestructura o materiales de la zona
- No extraer ni introducir especies vegetales o animales a la zona.

*Elaborado por:* Paulina Chafra

#### 6.4.1. Itinerario:

*Tabla 39.* Itinerario paquete 3

<b>DÍA 1</b>		
<b>GUAMOTE UN VIAJE MILENARIO HACIA EL CORAZÓN DE LAS LAGUNAS DE ATILLO</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividades</b>
<b>08h00</b>	Encuentro en la segunda subestación de Gasolina de la ciudad	Punto de encuentro, bienvenida y explicación del recorrido
<b>08h30</b>	Visita páramo de Pull Quishuar, Laines	Recorrido en caballo, fotografía, observación
<b>11h00</b>	Recorrido por la comunidad indígena de Pull Quishuar	Convivencia con la comunidad
<b>11h30</b>	Snack de media mañana	Snack que consta de una manzana, agua o jugo de su preferencia y una barra energética
<b>11h45</b>	Salida a la parroquia de Cebadas	Transfer transporte turístico
<b>12h45</b>	Visita a la fábrica de quesos “El Cebadeñito” en la parroquia de Cebadas	Recorrido, fotografía, observación, compra de productos
<b>13h15</b>	Salida a la comunidad de Guarguallá	Transfer transporte turístico

<b>13h45</b>	Restaurante en el Centro Comunitario de Guarguallá	Almuerzo típico en el centro comunitario
<b>15h00</b>	Descanso en el Centro Comunitario de Guarguallá	Recorrido, cabalgata, fotografía, observación
<b>19h00</b>	Cena en el Centro Comunitario de Guarguallá	Cena típica en el lugar
<b>20h30</b>	Noche Cultural con la comunidad de Guarguallá	Presentación artística, chamarasca, convivencia con la comunidad

### DÍA 2

<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividades</b>
<b>07h30</b>	Desayuno en el Centro Comunitario de Guarguallá	Desayuno típico en el lugar
<b>08h30</b>	Salida Lagunas de Atillo	Transfer transporte turístico
<b>09h30</b>	Caminata por las Lagunas de Atillo	Recorrido, fotografía, observación
<b>12h00</b>	Observación desde el Mirador de la Laguna Negra	Recorrido, fotografía, observación, compra de artesanías
<b>12h30</b>	Restaurante Saskines	Almuerzo típico en el lugar
<b>14h00</b>	Pesca deportiva en el Río Atillo	Pesca deportiva, observación, fotografía
<b>16h00</b>	Retorno a Guamote	Transfer, retorno transporte turístico
<b>17h00</b>	Encuentro en la segunda subestación de Gasolina de la ciudad de Guamote	Fin del recorrido: agradecimiento, y entrega de recuerdos

#### **Observaciones:**

Debido a que vamos a ingresar a un área protegida se debe tener mucho cuidado de no ingresar ni semillas ni animales que puedan afectar al ecosistema del lugar y mucho menos se puede a su vez llevar del sitio plantas o animales endémicos porque alteraría el equilibrio del ecosistema.

#### **Fotografía:**

#### **6.4.2. Mapa de la Ruta del paquete 3**



*Imagen 6.* Mapa del paquete turístico 3  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

### 6.4.3. Descripción del paquete

El punto de encuentro será en la segunda Subestación de Gasolina de la ciudad ubicada en la entrada principal de Guamote donde se les dará la bienvenida a los turistas y una breve explicación del tour, los turistas se trasladarán en un minibus turístico hacia el Páramo de Pull Quishuar y Laines al llegar a la comunidad de Pull Quishuar se darán explicaciones del lugar y de las actividades que se pueden realizar, las personas que deseen harán un recorrido en caballo hacia el páramo y quienes no lo deseen sólo darán una caminata por la comunidad. Después de realizar este recorrido se les hará la entrega a cada turista de un snack de refrigerio

para luego continuar con el recorrido y trasladarnos hacia la parroquia de Cebadas en donde se hará una visita a la Fábrica de Quesos El Cebadeñito lugar donde se podrán tomar fotografías, comprar las diferentes clases de quesos que se ofrecen y conocer más de la historia de la creación de la fábrica y posterior a eso se dará un pequeño recorrido por la parroquia para luego trasladarnos hacia la comunidad de Guarguallá, en el lugar los turistas podrán dejar sus pertenencias en sus habitaciones correspondientes y salir al almuerzo de comida típica que se ofrecerá en el mismo Centro Turístico Comunitario, después del almuerzo los turistas podrán descansar, dar un paseo o simplemente conocer más de la comunidad. En la noche se dará a lugar la cena en el mismo lugar para después poder gozar de una noche cultural donde los turistas podrán convivir con la comunidad de Guarguallá y conocer más de ellos y así se dará fin al día 1 del paquete ofrecido.

A la mañana siguiente muy temprano los turistas podrán disfrutar de un delicioso desayuno en la misma comunidad, después se les dará una breve explicación de los atractivos y las actividades que se llevarán a cabo ese día. Los turistas deberán llevar la ropa y los insumos adecuados para visitar las Lagunas de Atillo, nos trasladaremos hacia las lagunas, en el camino se les dará a conocer un poco más sobre este atractivo. Al llegar empezaremos con el recorrido por las diferentes lagunas para finalizar con la visita al mirador de la Laguna Negra en donde se podrán tomar fotografías y comprar recuerdos en los puestos de artesanías ubicados al frente de este mirador. Después de esto nos dirigiremos al Restaurante Saskines en donde se almorzará y se podrá tomar un pequeño descanso. Más en la tarde quienes deseen practicar pesca deportiva lo podrán realizar en el sitio la actividad tomará poco tiempo para posterior a esto retornar hacia la parroquia Matriz de Guamote donde se les dará el agradecimiento respectivo y la despedida con la entrega de recuerdos con artesanías hechas por manos guamoteñas dando fin de esta forma al paquete de 2 días.

## **7. Precio**

El precio tiene algunas características que son mencionadas a continuación:

- 1) Es un instrumento a corto plazo.
- 2) Es un poderoso instrumento competitivo. Hay que considerar que también es un instrumento peligroso, cuando se utiliza en acciones agresivas que puedan llevar a una guerra de precios, donde probablemente a la larga nadie salga beneficiado, existiendo incluso el

riego de perjudicar a la propia empresa.

3) Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el cliente, por lo que siempre ha de conseguir que el precio este en consonancia con el valor percibido por el consumidor.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente se ha podido establecer lo siguiente:

### Descripción del precio Paquete 1

**Tabla 40.** Paquete 1. Guamote Encanto Natural y Cultural 10 pax

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Guía	1	50.00	50,00
Alimentación	10	5.00	50,00
Alquiler de bicicletas	10	10.00	100,00
Snacks	10	1.75	17,50
Souvenires	10	1.00	10,00
<b>Subtotal</b>			227,50
<b>Margen de Utilidad (25%)</b>			56,88
<b>IVA 12%</b>			27,30
<b>TOTAL 10 PAX</b>			311,68
<b>TOTAL POR PAX</b>			31,17

*Elaboración:* Paulina Chafra

Determinamos que el precio de venta al público es de \$311,68 por 10 pax y por persona \$31,17, nuestra empresa ha considerado un margen de ganancia de un 25%.

### Descripción del precio Paquete 2

**Tabla 41.** Paquete 2. Guamote un Mágico recorrido hacia las Dunas de Arena 10 pax

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Guía	1	50.00	50.00
Transporte	10	20.00	100.00
Alimentación	10	5.00	50.00
Hacienda Totorillas	10	1.00	10.00
Alquiler de caballos	10	10.00	100.00
Snacks	10	1.75	17.50
Souvenires	10	1.00	10.00
<b>Subtotal</b>			337.50
<b>Margen de Utilidad (25%)</b>			84,38
<b>IVA 12%</b>			40,50

<b>TOTAL 10 PAX</b>	462,38
<b>TOTAL POR PAX</b>	46,24

*Elaboración:* Paulina Chafla

Determinamos que el precio de venta al público es de \$462,38 por 10 pax y por persona \$46,24, nuestra empresa ha considerado un margen de ganancia de un 25%.

### Descripción del precio Paquete 3

*Tabla 42.* Paquete 3. Guamote un Viaje Milenario al corazón de las Lagunas de Atillo 10 pax

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Guía	1	50.00	100.00
Transporte	10	75.00	750.00
Alimentación	10	20.00	200.00
Centro Turístico Comunitario de Guarguallá	10	2.00	20.00
Snacks	10	3.50	35.00
Souvenires	10	1.00	10.00
Pesca Deportiva	10	10.00	100.00
<b>Subtotal</b>			1215.00
<b>Margen de Utilidad (25%)</b>			303,75
<b>IVA 12%</b>			145,8
<b>TOTAL 10 PAX</b>			1664,55
<b>TOTAL POR PAX</b>			166,45

*Elaboración:* Paulina Chafla

Determinamos que el precio de venta al público es de \$1664,55 por 10 pax y por persona \$166,45, nuestra empresa ha considerado un margen de ganancia de un 25%.

## 8. Plaza

Es importante destacar que la plaza no trata sólo de la distribución física del producto, si no del lugar estratégico en que se posiciona nuestro producto enfocado en los lugares de preferencia del consumidor y la utilización de intermediarios para llegar de la mejor manera posible.

El cantón Guano quiere dar a conocer de una manera rápida y efectiva sus atractivos turísticos, eligiendo la forma ágil posible y económica hasta llegar al consumidor, considerando que el proyecto va dirigido a la localidad en general, y a su vez a los turistas



nacionales y extranjeros. Al escoger dichos canales de distribución permitirán llegar de una manera más rápida al cliente, brindando una información óptima que genere una adecuada oferta del producto.

**8.1. Canal directo:** Esta estrategia se aplica, para que el turista conozca de forma diversa y detallada la información del lugar a visitar, lo cual permitirá mantener una relación más directa o personalizada, así el turista se sentirá entusiasmado y tomara decisiones correctas al momento de elegir un destino.

**8.2. Canal indirecto:** Se caracteriza porque la empresa utiliza intermediarios para hacer llegar sus productos al consumidor final. Los canales de distribución indirectos pueden ser cortos o largos, dependiendo del número de intermediarios que haya en la cadena de distribución.

### 8.3. Canales de difusión

Los canales de difusión, lo consideramos como el vehículo a través del cual podemos llevar nuestro contenido hacia las personas que pueden estar interesadas en el mismo o bien hacia a aquella audiencia a la que queremos llegar. A continuación, se presentan los principales canales de difusión para la comercialización de los productos:

**Tabla 43.** Canales de difusión

Objetivo	Dar a conocer el producto turístico en el mercado nacional e internacional.			
Canal	Táctica	Alianzas	Política de funcionamiento	Target
<b>Directo</b>	<p>A través de las mesas y ferias de turismo centros de información turística, planta turística y hotelera a nivel provincial y nacional.</p> <p>A través de la página web y del municipio de</p>	<p>Ferias de turismo.</p> <p>Fiestas nacionales. - Fetur Ecuador, ferias cantonales y provinciales de Chimborazo.</p> <p>Ferias internacionales. - Anato, Fitur, ITB, WTM Latin America, WTM – Londres.</p> <p>Dirección de Turismo de Riobamba, Centro de información en la terminal de Riobamba.</p> <p>Agencias de viajes. - Majestouring Agencia De Viajes Internacional,</p>	<p>Contacto personal entre el promotor y el cliente.</p> <p>Facilitar la información de los productos y servicios que se ofertan a través de material publicitario</p> <p>Seguimiento de</p>	<p>Turistas nacionales que llegan al cantón y turistas extranjeros que llegan a la provincia de Chimborazo.</p>

	Guamote	Diamante Tours Agencia de Viajes y Operadora de Turismo, Agencia de viajes Sagatur, Metropolitan Touring Agencia de Viajes del Ecuador.  Páginas web.- Go raymi, Ecuador Turismo, Ecuador travel	la publicidad.	
<b>Indirecto</b>	Fam press  Fam trips	Fam press.- Promoción del alcalde de Quito Jorge Yunda, Ministerio de Turismo, Escuela de Periodismo Diario de Riobamba, Carrera de Comunicación social de la UNACH.  Fam trips.- Viajes de cortesía de nuestras alianzas estratégicas con las agencias de viajes y operadores turísticos.	Establecer acuerdos de cooperación en la difusión y desarrollo turístico. turístico Entrega de material publicitario turístico.	Demanda nacional e internacional

*Elaborado por:* Paulina Chafila

## **9. Promoción**

### **9.1. Publicidad**

La publicidad con la que se trabajará para la presentación y promoción del servicio lo constituye la elaboración de una página en Facebook y el manejo de Marketing Digital. La misma que será orientada a captar clientes que puedan comprar el producto turístico ofrecido para lo cual se ha visto necesaria la creación de una marca y slogan que capten la atención de las personas, por lo tanto el nombre del producto es “Guamote un pedazo de cielo en la Tierra”, utilizará el slogan “Un pedazo de cielo en la tierra...” haciendo referencia a la belleza natural y cultural que posee el cantón diferenciándola con el resto de la competencia.

### **9.2. Diseño empresarial, nombre y slogan**



*Imagen 7.* Logo del producto turístico  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

### 9.3. Descripción

El logotipo oficial del producto consta de las siguientes características:

- El logotipo escogido tiene ese nombre haciendo referencia a la belleza natural y cultural que posee el cantón diferenciándola con el resto de la competencia.
- Al fondo se puede observar los atractivos principales con los que cuenta el cantón resaltando su potencial turístico y en donde se basa el diseño del producto.

### 9.4. Promoción

Para la promoción y difusión del producto turístico se ha identificado los medios de comunicación considerados como más relevantes y adecuados en el momento de acceder a información de productos y servicios turísticos en el cantón Guamote según el criterio de los turistas que visitan el lugar para lo cual se ha considerado los siguientes:

**9.4.1. Redes Sociales:** en la actualidad las redes sociales son una herramienta muy importante que nos mantiene informados la mayor parte del tiempo. Facebook es una de las más utilizadas, mediante la cual se compartirá información sobre la oferta de este producto turístico diseñado para el cantón Guamote, los atractivos y las actividades que se van a realizar. Así como también fotos y videos que capten la atención del turista y generen el interés de la demanda por visitar el cantón.

## Página de Facebook:



**Imagen 8.** Diseño de Página de Facebook  
**Fuente:** Página Guamote Turismo Facebook. Paulina Chafla



**Imagen 9.** Diseño de Página de Facebook  
**Fuente:** Página Guamote Turismo Facebook. Paulina Chafla

## Publicidad para redes sociales:

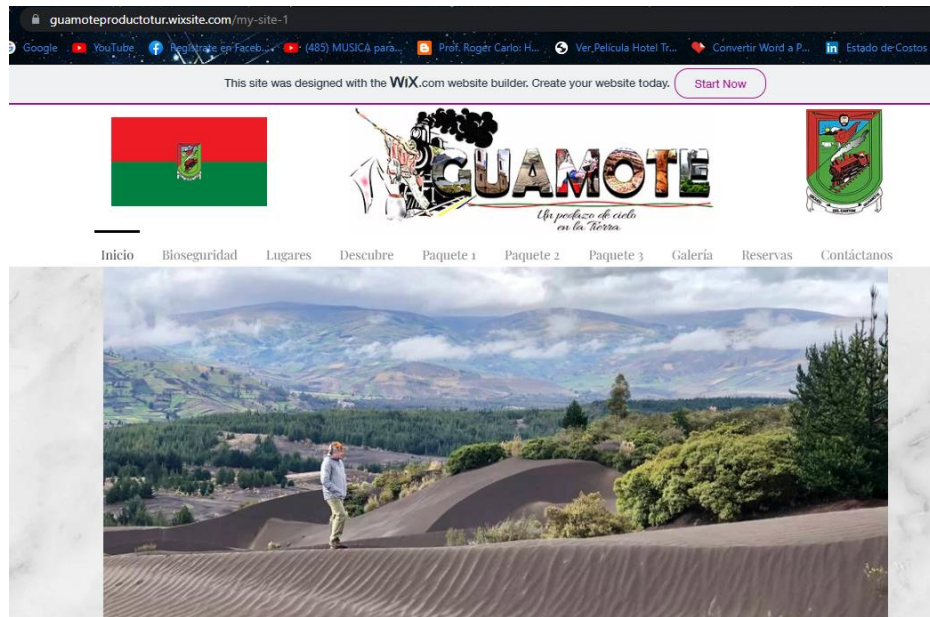


*Imagen 10.* Afiche Publicitario  
*Fuente:* Anuncio CANVA. Paulina Chafla

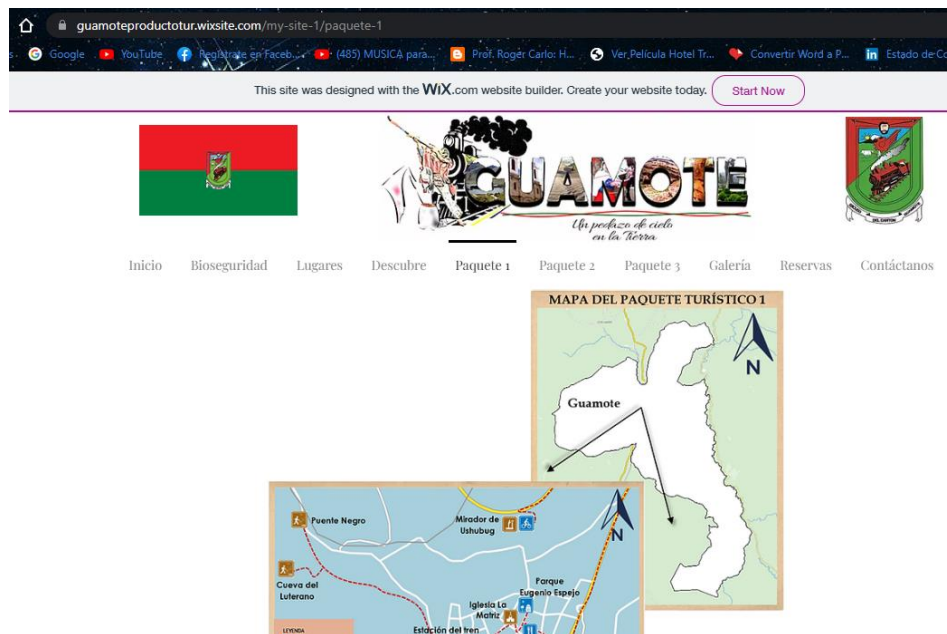
**9.4.2. Páginas web:** un gran referente de información turística del cantón Guamote es la Página de Turismo del GAD del cantón Guamote en la cual existe información turística del lugar y mediante la cual en coordinación con la Oficina de Turismo se difundirá este producto turístico que han sido propuesto. Además de la creación de una página web que distribuirá directamente este producto hacia los posibles consumidores.

**Página web:**





**Imagen 11.** Diseño de la página web  
**Fuente:** Página Web Guamote producto WIX. Paulina Chafla



**Imagen 12.** Diseño de la página web  
**Fuente:** Página Web Guamote producto WIX. Paulina Chafla

**9.4.3. Ferias Turísticas:** El participar en ferias turísticas a nivel local y nacional ayuda mucho a promocionar el producto para lo cual se participará en Ferias Locales y en Ferias Nacionales como es el caso de FETUR ECUADOR con la utilización de trípticos y afiches.

**Trípticos:**



Un producto con  
Paquetes y tours  
llenos de diversión y  
aventura muy  
asequibles.

## CONTÁCTANOS

(593) 0998204899

guamoteproductoturistico@gmail.com

www.guamoteproductoturistico.com

Fb. Guamote un pedazo de cielo en la  
Tierra

  
**GUAMOTE**

*Un pedazo de cielo en la Tierra...*

**Imagen 13. Diseño de Tripticos**  
**Fuente:** Anuncio CANVA. Paulina Chafra



**¿Por qué viajar a Guamote?**

Descubrir Guamote es aventurarse a nuevas experiencias de vida que jamás se olvidan. Sensaciones y emociones desconocidas esperan en sus tres parroquias las mismas que tienen gran belleza en sus atractivos turísticos naturales y culturales. Ofrecemos un producto turístico que combina adecuadamente las costumbres, tradiciones del pueblo guamoteño con los bellos paisajes naturales provocando una experiencia única con recuerdos que se quedarán guardados en su corazón.

*Hay un mundo por descubrir, culturas y lugares hermosos por conocer...*

*¿Qué esperas para visitar Guamote?*

**NUESTROS PAQUETES**

**PAQUETE 1** Guamote encanto natural y cultural

Podrá conocer la parroquia matriz y visitará muchos atractivos como: Feria Indígena, Estación del tren, Cueva del Luterano, Puente Negro e ir en bicicleta hacia el mirador de Ushubug. Además se deleitará con la gastronomía típica del pueblo guamoteño.

**PAQUETE 2** Guamote un mágico recorrido por las dunas de arena

Conocerá principalmente la parroquia Palmira en donde se encuentran las Dunas de Arena que han llamado la atención a cientos de turistas y a su vez conocerá más sobre las tradiciones que tiene Guamote.

**PAQUETE 3** Guamote un viaje Milenario hacia el corazón de las Lagunas de Atillo

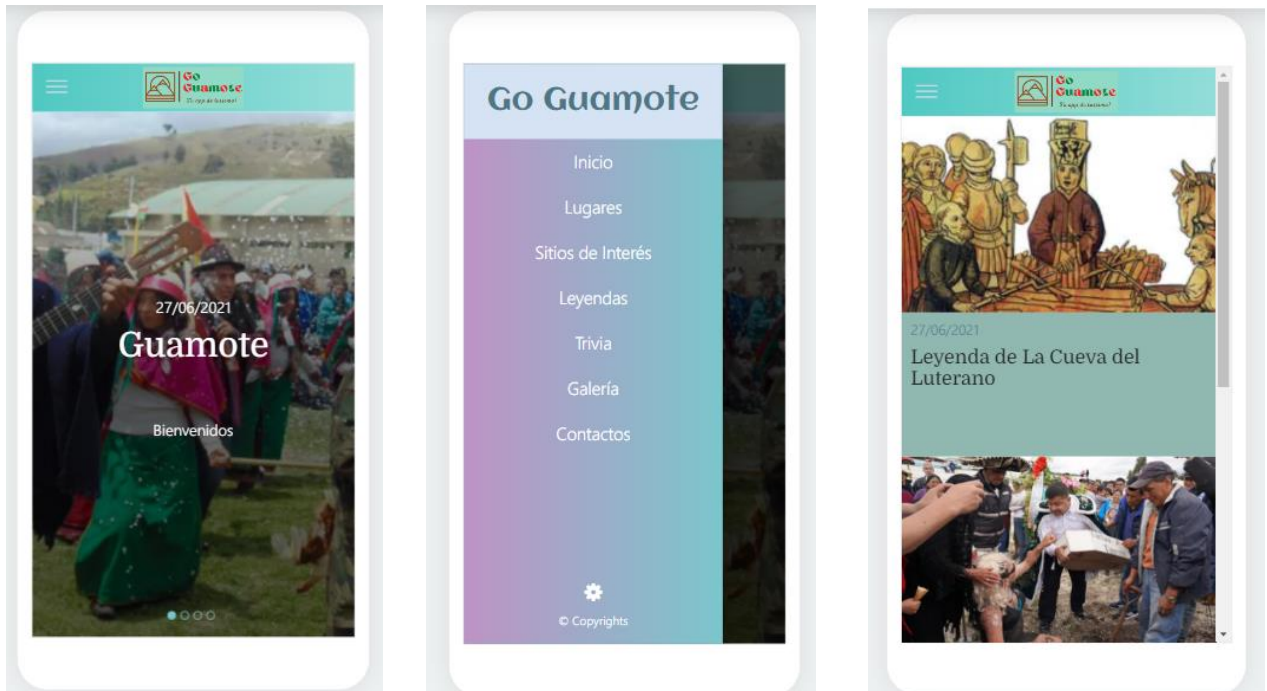
En este paquete usted podrá vivir de cerca la experiencia de practicar turismo comunitario en dos comunidades indígenas de la parroquia Palmira y Cebadas respectivamente, además podrá conocer las Lagunas de Atillo y practicar pesca deportiva. Contamos con todas las medidas de bioseguridad!

**Imagen 14.** Diseño de Trípticos  
**Fuente:** Anuncio CANVA. Paulina Chafra



#### **9.4.4 Aplicación Móvil**

El lanzamiento de apps creadas para facilitar la conexión entre los consumidores y los proveedores del sector turístico es diverso y responden a diferentes intereses tanto de turistas como de empresas. Estas pueden llegar a convertirse en grandes aliadas a la hora de agilizar los viajes, permitiendo realizar tareas como: obtener tarjetas de embarque en la pantalla del móvil, reservar alojamiento a último momento y utilizar programas que indican la mejor manera de llegar a un sitio. La necesidad de una aplicación compatible con los dos sistemas operativos móviles más populares (iOS, Android) del mercado, la cual ayude al turista nacional y extranjero a identificar las principales iglesias y zonas históricas de la ciudad. Ofrezca a sus visitantes una guía gratuita para su iPhone o Android. La aplicación de marca blanca de mTrip ofrece a los viajeros la orientación y los recursos de tener su propia guía personal en la palma de la mano. Sus visitantes tendrán acceso a un directorio de viajes detallado, itinerarios/excursiones de un día, mapas sin conexión e instrucciones paso a paso, diario de viaje y más. Todas las características de la aplicación (exceptuando compartir y actualizaciones) son 100% sin conexión, sin cargos de roaming. Las funciones de la aplicación para compartir, como el diario de viaje y panel de control de viajes en línea no solo mejorarán la visibilidad de su destino, sino que también son una oportunidad para atraer a público nuevo y construir relaciones más fuertes con sus visitantes. Sus visitantes pueden reflexionar sobre los buenos momentos que pasaron en el viaje con amigos y familiares a través de su diario de viaje (Moreira, 2020).



**Imagen 15.** Diseño de una aplicación móvil  
**Fuente:** Go Guamote GOODBARBER. Paulina Chafla

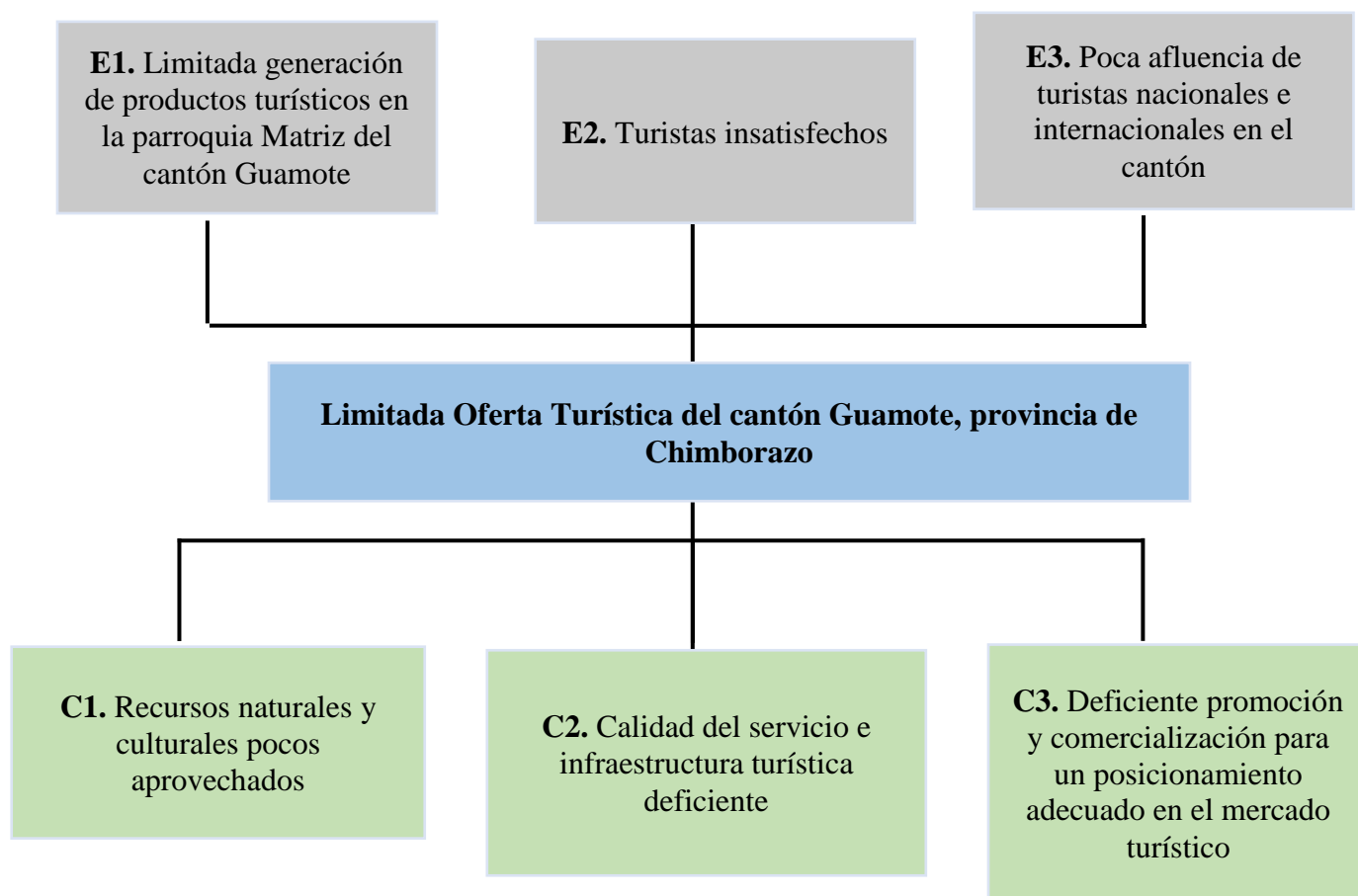
## Promociones

Se ofrecerá promociones y descuentos hasta del 10% en el total de las reservaciones para estudiantes, grupos grandes y niños menores de 8 años. En todos los días del año. Además de que se les entregará un souvenir de recuerdo a las personas que adquieran nuestros servicios, las mismas que presentamos a continuación:



**Imagen 16.** Diseño de souvenirs  
**Fuente:** Souvenirs. Paulina Chafla

## Anexo 2. Árbol de Problemas



*Ilustración 2.* Árbol de Problemas  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Anexo 3.** Encuesta de la variable independiente: Producto Turístico



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

**ENCUESTA  
DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA  
DEL CANTÓN GUAMOTE**

**Formulario No:** \_\_\_\_\_

**Fecha de encuesta:** / / / /

**Encuestadora:** Zoila Paulina Chafla Morales

**Objetivo:**

Recolectar información que ayude al desarrollo del proyecto de investigación denominado “Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo” para determinar la relación existente entre los Productos y la Oferta Turística de la misma.

**Instrucciones:**

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos en ella son estrictamente confidenciales.
- Trate de contestar todas las preguntas.
- Marque con un X en su respuesta.
- Escriba con letra clara en los reglones donde sea necesario.
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo.
- Valore la calidad del servicio turístico comunitario en base a la escala de valoración:  
**1 = Deficiente 2 = Regular 3 = Buena 4 = Muy Buena 5 = Excelente**
- Según su criterio real conteste los siguientes ítems.

**INFORMACIÓN**

Zoila Paulina Chafla Morales  
chaflamoralespaulina1997@gmail.com

### A.- Datos generales del encuestado

1. ¿Cuál es su género?

1.	Masculino		2.	Femenino	
----	-----------	--	----	----------	--

2. Indique su rango de edad

1.	18-25		2.	26-33		3.	34-41		4.	42-49		5.	Más de 50	
----	-------	--	----	-------	--	----	-------	--	----	-------	--	----	-----------	--

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

1.	Primaria Básica		2.	Bachillerato		3.	Superior no universitaria		4.	Superior universitaria		5.	Postgrado	
----	-----------------	--	----	--------------	--	----	---------------------------	--	----	------------------------	--	----	-----------	--

### B. Información Específica

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
Dimensiones	RECURSOS TURÍSTICOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
1	La valoración del estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote.					
2	La valoración del estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote.					
Dimensiones	INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA					
3	Su valoración con respecto a las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote.					
4	Su valoración con respecto a los Servicios Básicos existentes en el cantón.					

5	La valoración a las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos.					
<b>Dimensiones</b>	<b>MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS DEL TURISTA</b>					
6	Su valoración al cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote.					
7	La valoración en cuanto a la satisfacción del servicio recibido.					
8	La valoración de los servicios turísticos existentes en la localidad.					

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 4.** Encuesta de la variable dependiente: Oferta Turística



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

**ENCUESTA  
DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES DEL GAD CANTONAL Y JUNTAS  
PARROQUIALES DEL CANTÓN GUAMOTE**

**Formulario No:** \_\_\_\_\_

**Fecha de encuesta:** / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**Encuestadora:** Zoila Paulina Chafra Morales

**Objetivo:**

Recolectar información que ayude al desarrollo del proyecto de investigación denominado “Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo” para determinar la relación existente entre los Productos y la Oferta Turística de la misma.

**Instrucciones:**

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos en ella son estrictamente confidenciales.
- Trate de contestar todas las preguntas.
- Marque con un X en su respuesta.
- Escriba con letra clara en los reglones donde sea necesario.
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo.
- Valore la calidad del servicio turístico comunitario en base a la escala de valoración:  
**1 = Deficiente 2 = Regular 3 = Buena 4 = Muy Buena 5 = Excelente**
- Según su criterio real conteste los siguientes ítems.

**INFORMACIÓN**

Zoila Paulina Chafra Morales  
zpchafla.figt@unach.edu.ec

**A.- Datos generales del encuestado**

1. ¿Cuál es su género?

1.	Masculino		2.	Femenino	
----	-----------	--	----	----------	--

2. Indique su rango de edad

1.	18-25		2.	26-33		3.	34-41		4.	42-49		5.	Más de 50	
----	-------	--	----	-------	--	----	-------	--	----	-------	--	----	-----------	--

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

1.	Primaria Básica		2.	Bachillerato		3.	Superior no universitaria		4.	Superior universitaria		5.	Postgrado	
----	-----------------	--	----	--------------	--	----	---------------------------	--	----	------------------------	--	----	-----------	--

**B. Información Específica**

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO					
		1	2	3	4	5	
Dimensiones	<b>PRODUCTOS TURÍSTICOS</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>	<b>Muy Buena</b>	<b>Excelente</b>	
		1	La valoración para las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote.				
		2	El estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote.				
		3	Las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo.				
		4	Determine el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote.				
Dimensiones	<b>ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>						
		5	La valoración del cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote.				



6	El manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad.					
7	La valoración de la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote.					
<b>Dimensiones</b>	<b>MERCADO TURÍSTICO</b>					
8	La valoración del manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote.					
9	Califique el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote.					
10	La valoración al manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote.					

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 5. Entrevista



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

**ENTREVISTA  
DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES DEL GAD CANTONAL Y JUNTAS  
PARROQUIALES DEL CANTÓN GUAMOTE**

**Entrevista No:** \_\_\_\_\_ **Fecha de entrevista:** / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**Entrevistadora:** Zoila Paulina Chafra Morales

**OBJETIVO**

Recolectar información que ayude al desarrollo del proyecto de investigación denominado “Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo”.

**CONFIDENCIALIDAD**

Los datos obtenidos son de estricta confiabilidad, la entrevista tendrá una duración mínima en la cual abordaremos temas que ayudarán al desarrollo de la investigación

**INFORMACIÓN**

Zoila Paulina Chafra Morales  
zpchafra.figt@unach.edu.ec

**A. Datos del entrevistado**

- 1. Edad:**
- 2. Sexo:**
- 3. Nivel de educación:**
- 4. Cargo:**

## **B. Información Específica**

1. ¿Cuáles son las principales actividades turísticas que realizan los turistas al visitar el cantón Guamote?
2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por el turista que llega al cantón Guamote?
3. ¿El cantón Guamote cuenta con suficiente planta turística para los turistas que llegan al lugar?
4. ¿El cantón Guamote cuenta con productos turísticos?
5. ¿Es importante ofertar productos turísticos innovadores en el cantón Guamote?
6. ¿El cantón Guamote cuenta con planes de conservación de las manifestaciones culturales?
7. ¿Se realiza algún tipo de control de calidad a los prestadores de servicios turísticos existentes en el cantón Guamote?
8. ¿El cantón Guamote cuenta con recursos turísticos necesarios para el desarrollo de la actividad turística?
9. ¿Cuál es el perfil del turista que visita el cantón Guamote (procedencia, gasto promedio diario, días de pernoctación, medios por los cual se informe del sector)?
10. ¿Cuántos turistas se registraban mensualmente antes del inicio de la pandemia del Covid-19 en el cantón Guamote?
11. ¿Considera adecuado el manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote?

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**Anexo 6.** Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable independiente:  
Producto Turístico

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** PhD. Silvia Aldaz

**Título/grado:**

Ph.D..... ( X )

Doctor..... ( )

Magíster..... ( )

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

**Fecha:** 10 de Febrero de 2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Producto 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 sobre **“Producto Turístico”**.

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

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

Firma del experto



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Paula Moreno

**Título/grado:**

**Ph.D.**..... ( )

**Doctor**..... ( )

**Magíster**..... (X)

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

**Fecha:** 10 de Febrero de 2021

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Producto 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 sobre **“Producto Turístico”**.

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

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

  
Firma del experto



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Fernando Inga

**Título/grado:**

Ph.D..... ( )

Doctor..... ( )

Magíster..... (X)

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

**Fecha:** 03 de Febrero de 2021

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Producto 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 sobre **“Producto Turístico”**.

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

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



Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**

**Firma del experto**



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Marylin Lascano

Título/grado:

Ph.D..... ( )

Doctor..... ( )

Magíster..... ( X )

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 28 de Enero de 2021

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Producto 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 sobre **“Producto Turístico”**.

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

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



Firmado electrónicamente por:  
**FANNY MARYLIN  
LASCANO VERA**

Firma del experto



**Anexo 7.** Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable dependiente:  
Oferta Turística

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto:** PhD. Silvia Aldaz

**Título/grado:**

Ph.D..... ( X )

Doctor..... ( )

Magíster..... ( )

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

**Fecha:** 10 de Febrero de 2021

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: **“Oferta Turística”**.

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

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

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

**Firma del experto**





### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Paula Moreno

**Título/grado:**

Ph.D..... ( )

Doctor..... ( )

Magister..... (X)

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

**Fecha:** 10 de Febrero de 2021

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

#### “PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

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

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

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

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

  
Firma del experto



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto:** Mgs. Fernando Inga

**Título/grado:**

Ph.D..... ( )

Doctor..... ( )

Magíster..... (X)

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

**Fecha:** 03 de Febrero de 2021

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

#### “PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

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

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

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

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



Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS FERNANDO  
INGA AGUAGALLO**

**Firma del experto**



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Marylin Lascano

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 28 de Enero de 2021

### TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS Y OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

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

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

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

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



Firmado electrónicamente por:  
**FANNY MARYLIN  
 LASCANO VERA**

Firma del experto

## Anexo 8. Resultados de la variable independiente: Productos turísticos

### I. Datos generales del encuestado

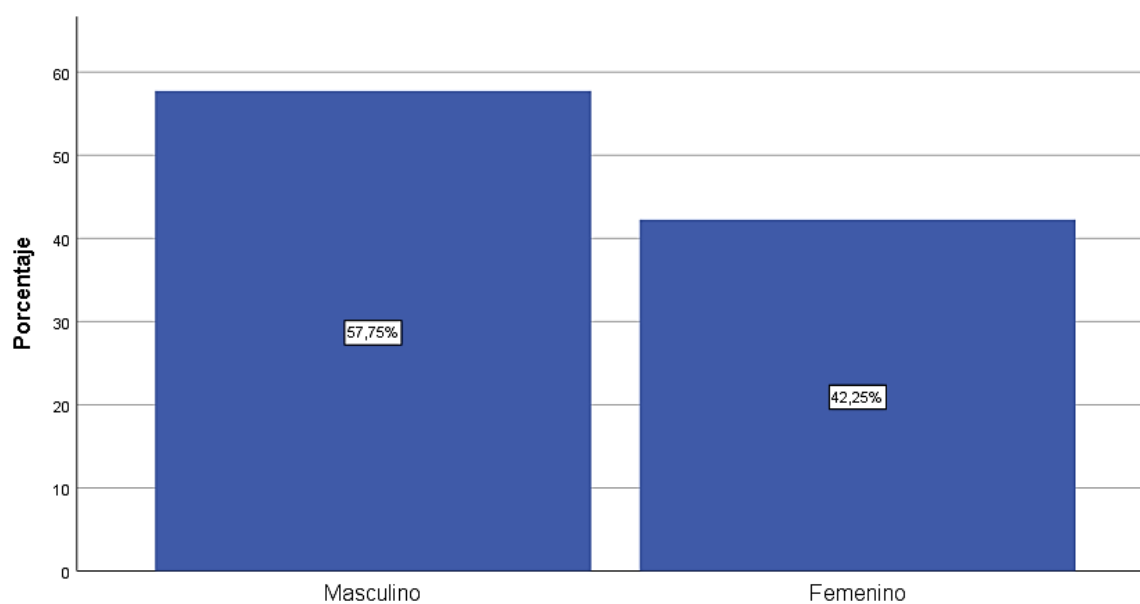
#### 1. ¿Cuál es su género?

**Tabla 44.** Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	205	57,7	57,7	57,7
	Femenino	150	42,3	42,3	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 1.** Género



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto a la población económicamente activa se pudo constatar que el 57,7% de quienes realizaron la encuesta corresponden al género masculino y el 42,3% restante corresponde al género femenino. Entonces se concluye que el mayor porcentaje de la población económicamente activa corresponde al género masculino con un 57,7% que corresponde al género masculino.

## 2. Indique su rango de edad

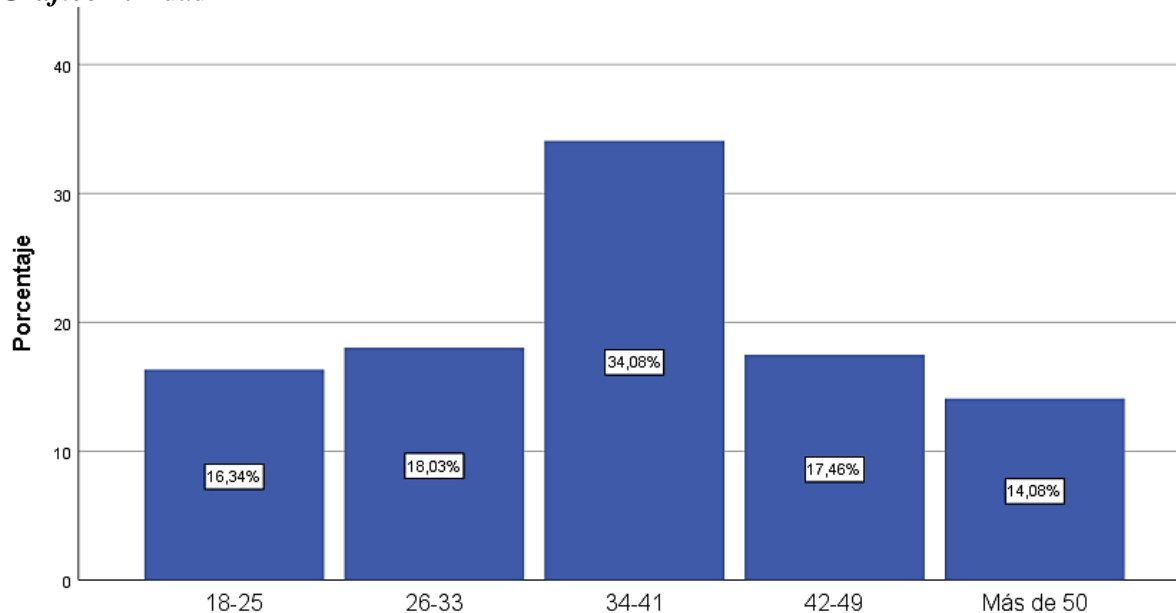
**Tabla 45.** Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>18-25</b>	58	13,7	16,3	16,3
	<b>26-33</b>	64	15,2	18,0	34,4
	<b>34-41</b>	121	28,7	34,1	68,5
	<b>41-49</b>	62	14,7	17,5	85,9
	<b>Más de 50</b>	50	11,8	14,1	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 2.** Edad



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

La edad promedio de la población económicamente activa del cantón Guamote es de 34-41 años que corresponde al 35,49%, mientras que el 22,54% corresponde a la población de 26-33 años, el 16,34% pertenece a la población de 42-49, el 15,77% corresponde a la población de 18-25 años y por último el 9,86% pertenece a la población económicamente activa de más de 50 años. Se concluye que en su mayoría la edad de la población económicamente activa del cantón Guamote es de 34-41 años que corresponde al 35,49%.

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

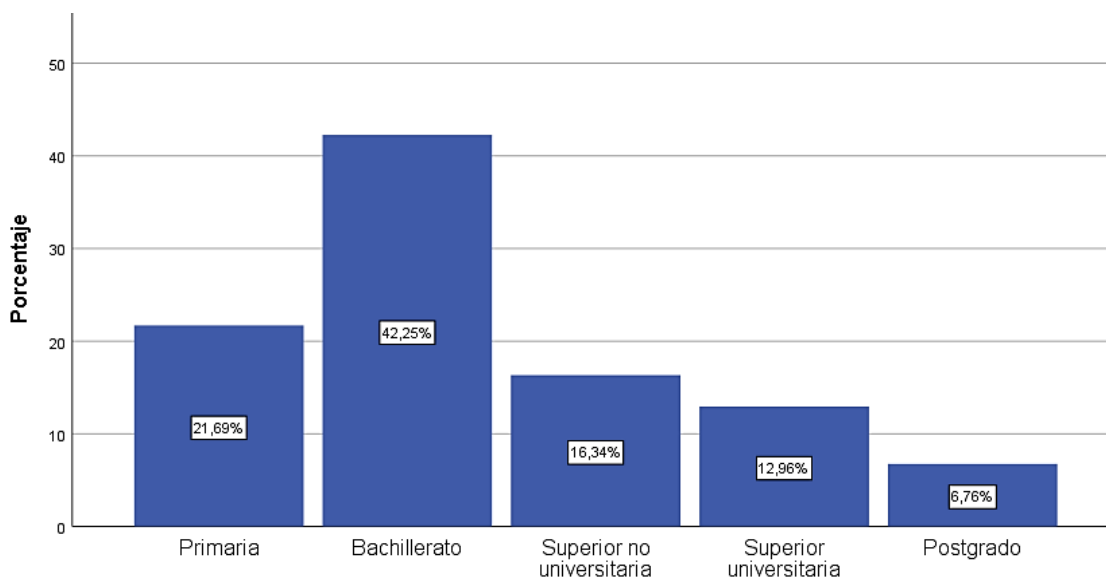
**Tabla 46.** Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Primaria</b>	77	18,2	21,7	21,7
	<b>Bachillerato</b>	150	35,5	42,3	63,9
	<b>Superior no universitario</b>	58	13,7	16,3	80,3
	<b>Superior universitario</b>	46	10,9	13,0	93,2
	<b>Postgrado</b>	24	5,7	6,8	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 3.** Nivel de Instrucción



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

Se pudo observar que el 42,25% de la población económicamente activa del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de bachillerato, el 21,69% de la población tienen un nivel de instrucción primaria, el 16,34% corresponde a la población que tienen una instrucción superior no universitaria, el 12,96% corresponde a quienes tienen un nivel de instrucción superior universitaria y el 6,76% restante tienen una instrucción de postgrado. Se concluye que el mayor

porcentaje que es de 42,25% de la población económicamente activa tienen un nivel de instrucción de bachillerato.

## II. Información Específica

### 4. La valoración del estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote.

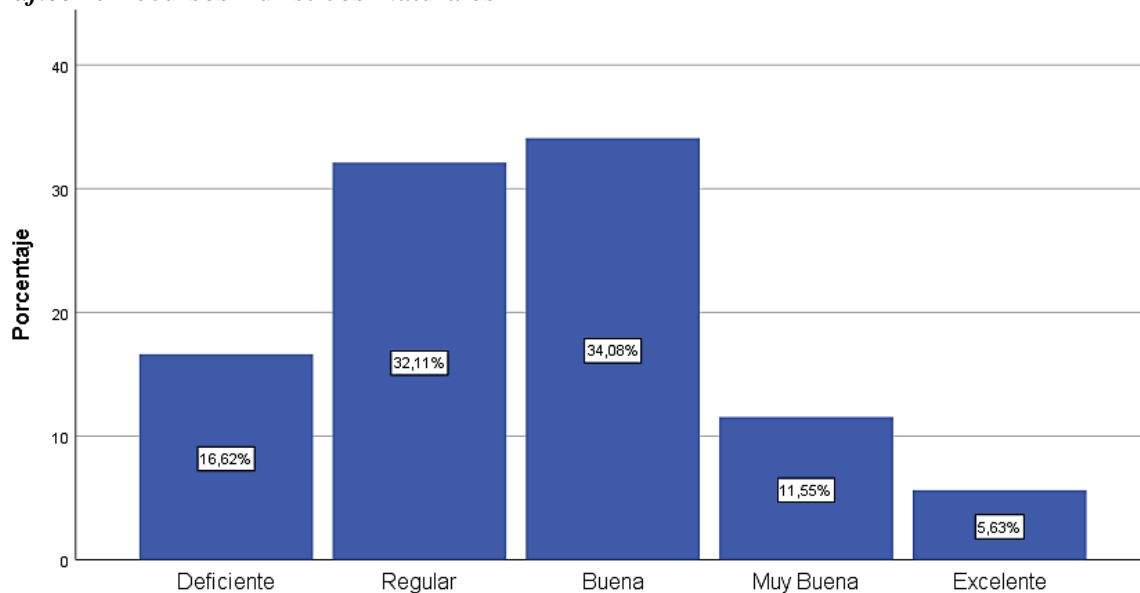
**Tabla 47.** Recursos Turísticos Naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	59	14,0	16,6	16,6
	<b>Regular</b>	114	27,0	32,1	48,7
	<b>Buena</b>	121	28,7	34,1	82,8
	<b>Muy Buena</b>	41	9,7	11,5	94,4
	<b>Excelente</b>	20	4,7	5,6	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 4.** Recursos Turísticos Naturales



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto al estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales con los que cuenta el cantón Guamote el 34,08% de la población afirma que es buena, el 32,11% de la población piensa que es regular, el 16,62% afirma que es deficiente, más para el 11,55% de la población es muy buena y por último para el 5,63% de la población

es excelente. Por lo que se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 34,08% cree que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Naturales es buena.

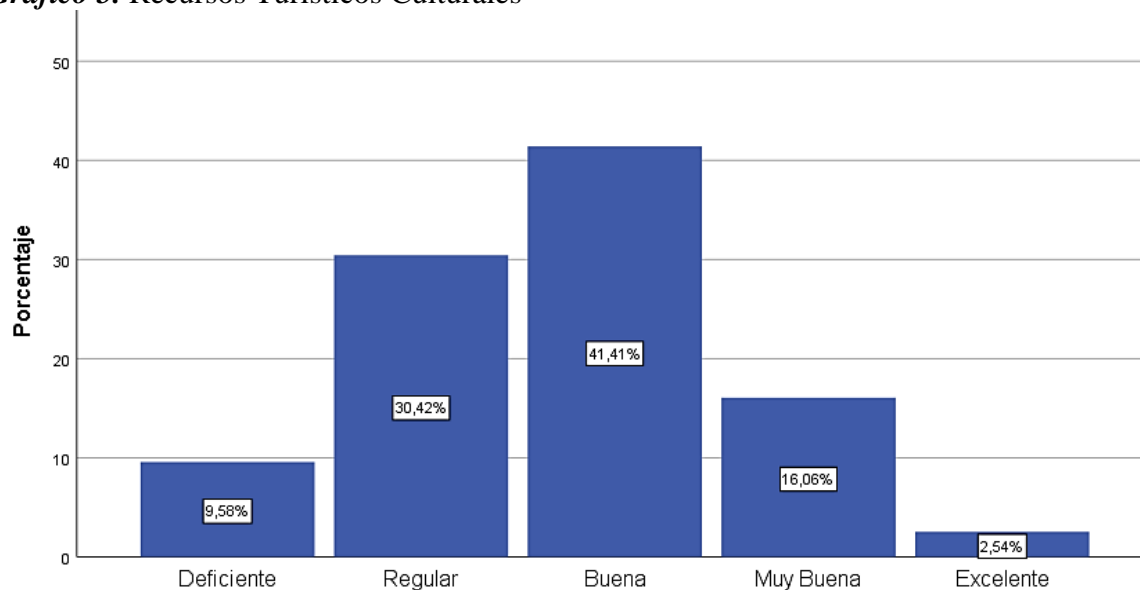
### 5. La valoración del estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote.

**Tabla 48.** Recursos Turísticos Culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	34	8,1	9,6	9,6
	<b>Regular</b>	108	25,6	30,4	40,0
	<b>Buena</b>	147	34,8	41,4	81,4
	<b>Muy Buena</b>	57	13,5	16,1	97,5
	<b>Excelente</b>	9	2,1	2,5	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 5.** Recursos Turísticos Culturales



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto al estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales con los que cuenta el cantón Guamote el 41,41% de la población afirma que es buena, el 30,42% de la población piensa que es regular, el 16,06% afirma que es muy buena, más para el 9,58% de la población es deficiente y por último para el 2,54% de la población



es excelente. Por lo que se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 41,41% cree que el estado de conservación en el que se encuentran los Recursos Turísticos Culturales es bueno.

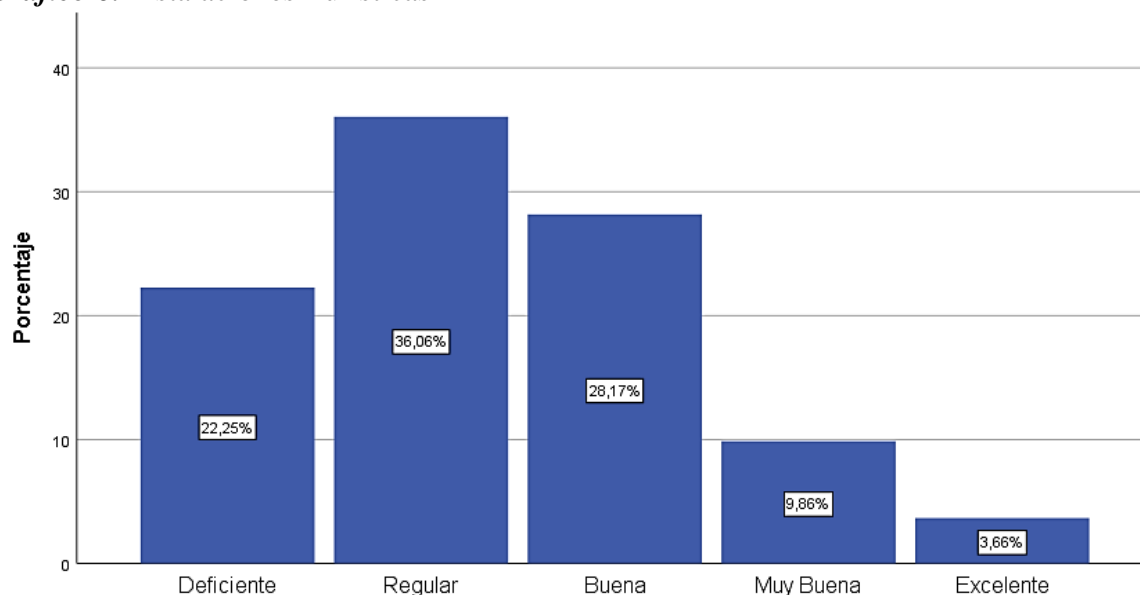
## 6. Su valoración con respecto a las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamate.

**Tabla 49.** Instalaciones Turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	79	18,7	22,3	22,3
	<b>Regular</b>	128	30,3	36,1	58,3
	<b>Buena</b>	100	23,7	28,2	86,5
	<b>Muy Buena</b>	35	8,3	9,9	96,3
	<b>Excelente</b>	13	3,1	3,7	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamate, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 6.** Instalaciones Turísticas



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamate, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

Con respecto a las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamate el 36,06% de la población afirma que está en estado regular, el 28,17% de la población piensa que es buena, el 22,25% afirma que es deficiente, más para el 9,86% de la población es muy buena y por último para el 3,66% de la población es excelente. Por lo que se concluye que la mayor parte

de la población económicamente activa con 36,06% cree que las Instalaciones Turísticas existentes en el cantón Guamote se encuentra en estado regular.

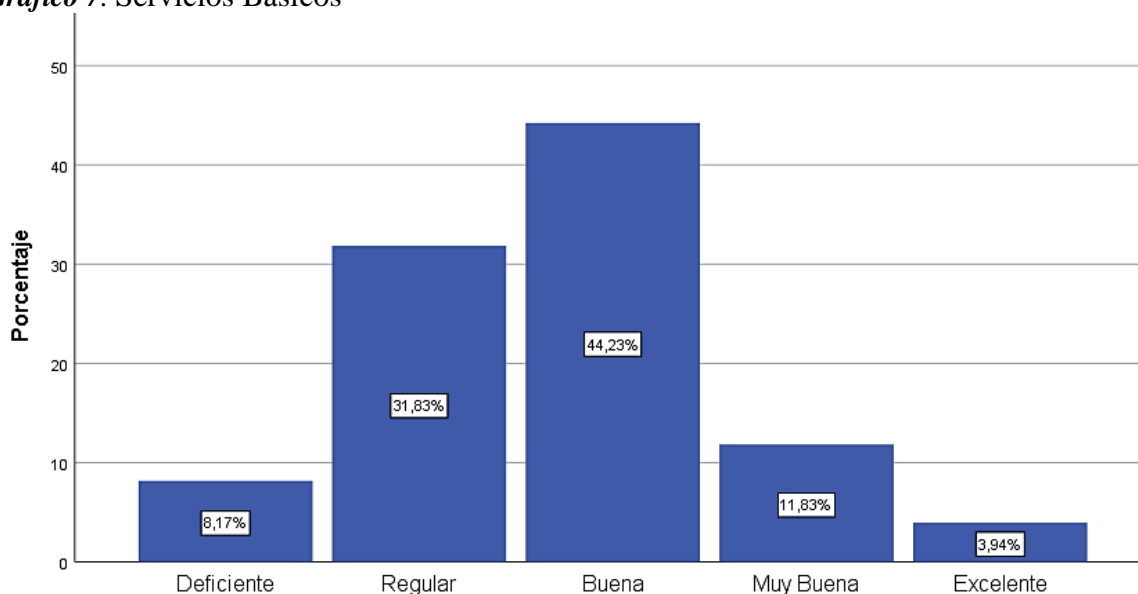
### 7. Su valoración con respecto a los Servicios Básicos existentes en el cantón.

**Tabla 50.** Servicios Básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	29	6,9	8,2	8,2
	<b>Regular</b>	113	26,8	31,8	40,0
	<b>Buena</b>	157	37,2	44,2	84,2
	<b>Muy Buena</b>	42	10,0	11,8	96,1
	<b>Excelente</b>	14	3,3	3,9	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 7.** Servicios Básicos



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

Con respecto a los servicios básicos existentes en el cantón Guamote el 44,23% de la población afirma que son buenos, el 31,83% de la población piensa que son regulares, el 11,83% afirma que es muy buena, más para el 8,17% de la población es deficiente y por último para el 3,94% de la población es excelente. Por lo que se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 44,23% cree que las Servicios Turísticos

existentes en el cantón Guamote son buenos.

### 8. La valoración a las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos.

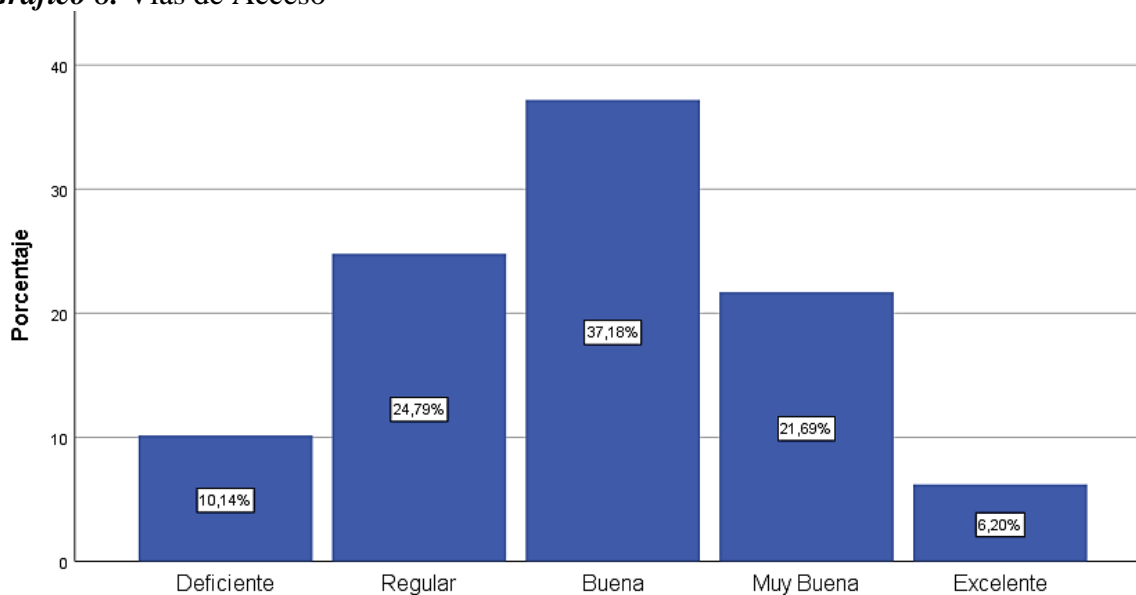
**Tabla 51.** Vías de Acceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	36	8,5	10,1	10,1
	<b>Regular</b>	88	20,9	24,8	34,9
	<b>Buena</b>	132	31,3	37,2	72,1
	<b>Muy Buena</b>	77	18,2	21,7	93,8
	<b>Excelente</b>	22	5,2	6,2	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 8.** Vías de Acceso



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto a las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos, el 37,18% de la población afirma que están en buen estado, el 24,79% de la población piensa que regular, el 21,69% afirma que son muy buenas, más para el 10,14% de la población es deficiente y por último para el 6,20% de la población es excelente. Se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 37,18% cree que las vías de acceso que conectan a las principales ciudades con el

cantón Guamote y éste con los diferentes atractivos se encuentran en buen estado.

### 9. Su valoración al cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote.

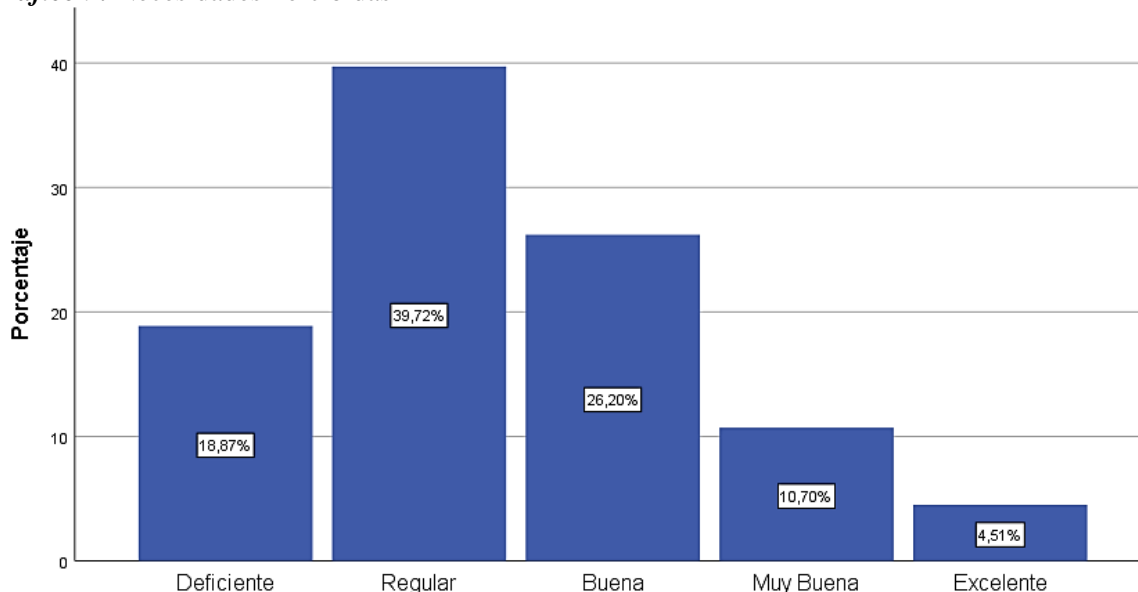
**Tabla 52.** Necesidades Percibidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	67	15,9	18,9	18,9
	<b>Regular</b>	141	33,4	39,7	58,6
	<b>Buena</b>	93	22,0	26,2	84,8
	<b>Muy Buena</b>	38	9,0	10,7	95,5
	<b>Excelente</b>	16	3,8	4,5	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 9.** Necesidades Percibidas



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto al cubrimiento de las necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote, el 39,72% de la población afirma que es regular, el 26,20% de la población piensa que buena, el 18,87% afirma que es deficiente, más para el 10,70% de la población es muy buena y por último para el 4,51% de la población es excelente. Se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 39,72% cree que el cubrimiento de las

necesidades percibidas por el turista en el cantón Guamote es regular.

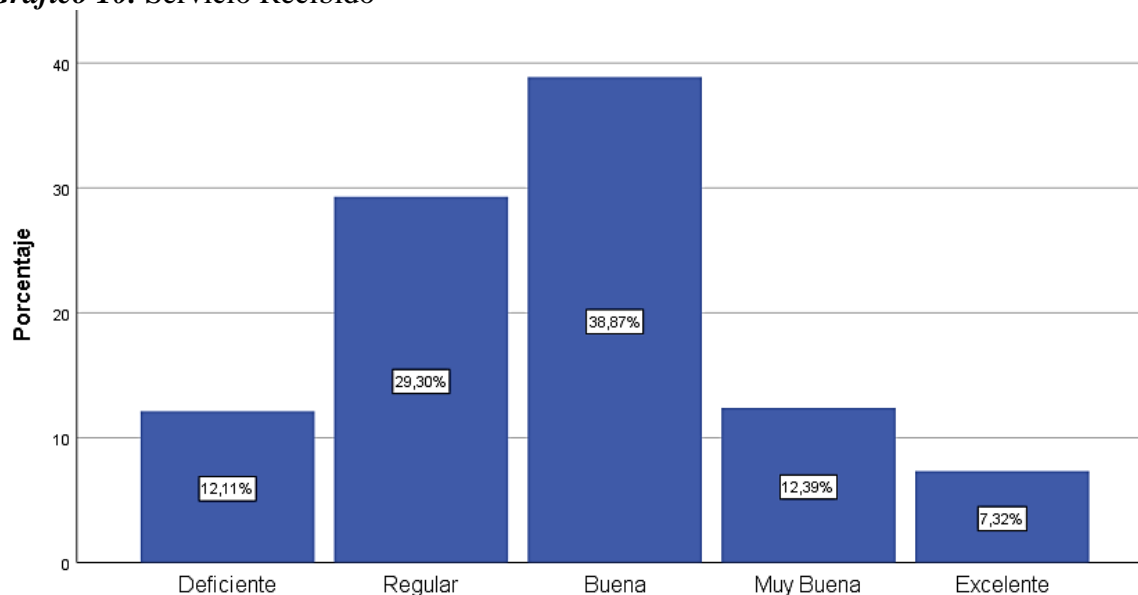
#### 10. La valoración en cuanto a la satisfacción del servicio recibido.

**Tabla 53.** Servicio Recibido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	43	10,2	12,1	12,1
	<b>Regular</b>	104	24,6	29,3	41,4
	<b>Buena</b>	138	32,7	38,9	80,3
	<b>Muy Buena</b>	44	10,4	12,4	92,7
	<b>Excelente</b>	26	6,2	7,3	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 10.** Servicio Recibido



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

Con respecto a la satisfacción del servicio recibido por el turista en el cantón Guamote, el 38,87% de la población afirma que es buena, el 29,30% de la población piensa que regular, el 12,39% afirma que es muy buena, más para el 12,11% de la población es deficiente y por último para el 7,32% de la población es excelente. Se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 38,87% cree que la satisfacción del servicio recibido por el turista en el cantón Guamote es buena.

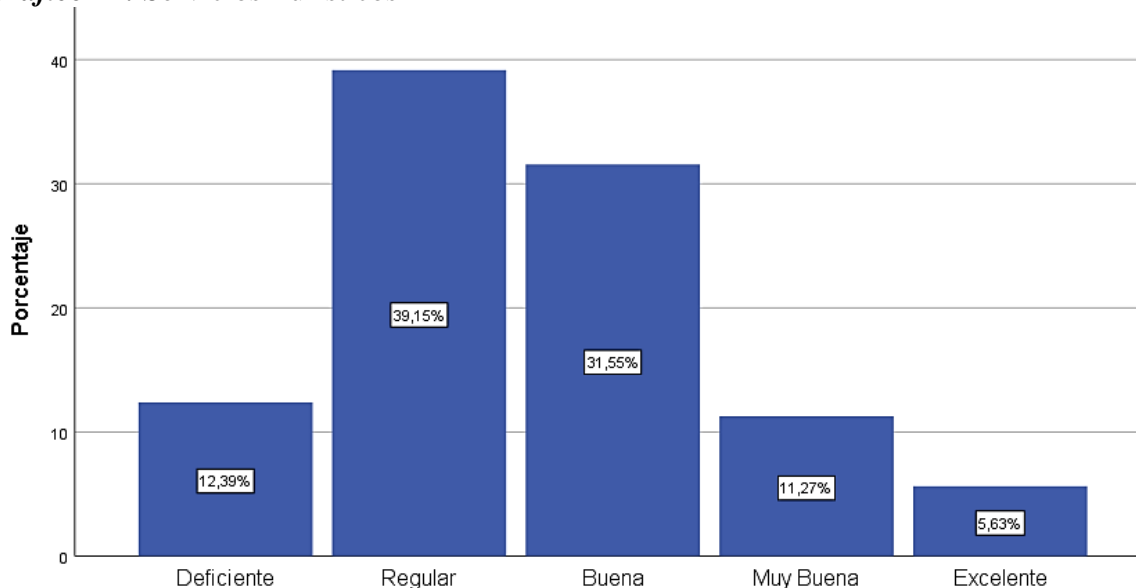
## 11. La valoración de los servicios turísticos existentes en la localidad.

**Tabla 54.** Servicios Turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	44	10,4	12,4	12,4
	<b>Regular</b>	139	32,9	39,2	51,5
	<b>Buena</b>	112	26,5	31,5	83,1
	<b>Muy Buena</b>	40	9,5	11,3	94,4
	<b>Excelente</b>	20	4,7	5,6	100,0
	<b>Total</b>	355	84,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 11.** Servicios Turísticos



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guamote, marzo 2021  
*Elaborado por:* Paulina Chafla

Con respecto a los servicios turísticos existentes en la localidad, el 39,15% de la población afirma que es regular, el 31,55% de la población piensa que buena, el 12,39% afirma que es deficiente, más para el 11,27% de la población es muy buena y por último para el 5,63% de la población es excelente. Se concluye que la mayor parte de la población económicamente activa con 39,15% cree que los servicios turísticos existentes en la localidad son regulares.

## Anexo 9. Resultados de la variable dependiente: Oferta Turística

### I. Datos generales del encuestado

#### 1. ¿Cuál es su género?

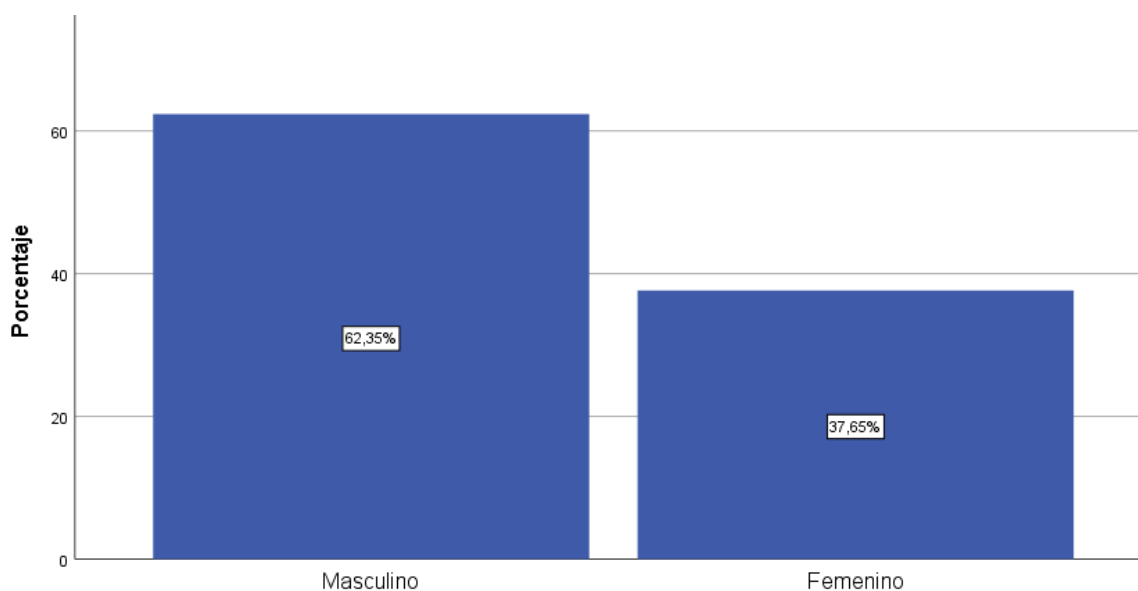
Tabla 55. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	53	14,9	62,4	62,4
	Femenino	32	9,0	37,6	100,0
	Total	85	23,9	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

Gráfico 12. Género



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto a las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote se pudo constatar que el 62,35% de quienes se les aplicó la encuesta corresponden al género masculino y el 37,65% restante corresponde al género femenino. Entonces se concluye que el mayor porcentaje de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con un 62,35% que corresponde al género masculino.

## 2. Indique su rango de edad

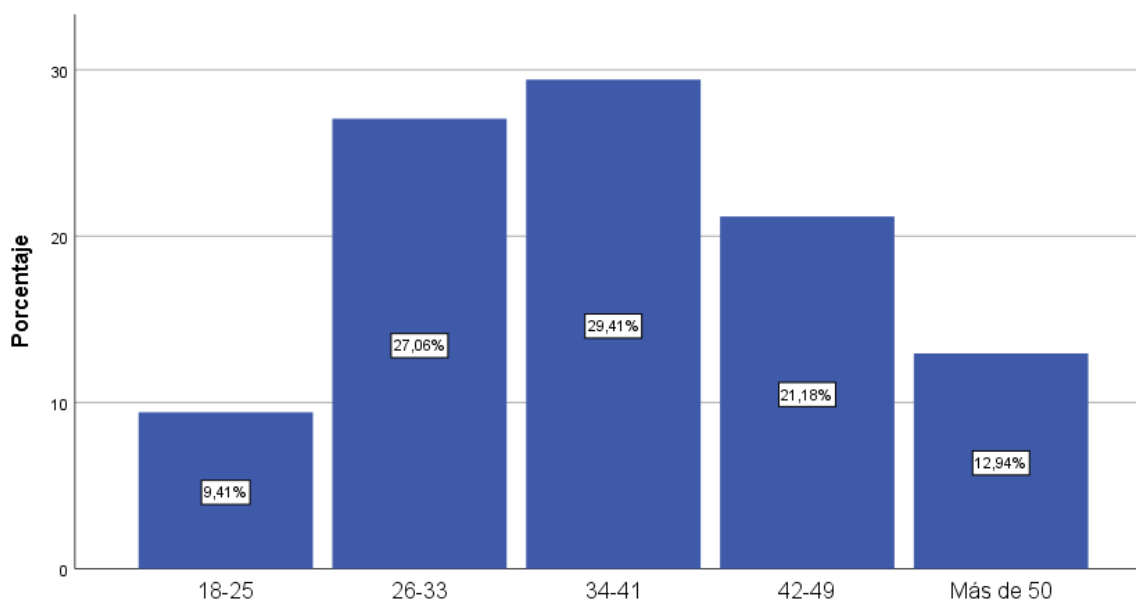
**Tabla 56.** Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	8	2,3	9,4	9,4
	26-33	23	6,5	27,1	36,5
	34-41	25	7,0	29,4	65,9
	41-49	18	5,1	21,2	87,1
	Más de 50	11	3,1	12,9	100,0
	<b>Total</b>	85	23,9	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafra

**Gráfico 13.** Edad



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafra

La edad promedio de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote es de 34-41 años que corresponde al 29,41%, mientras que el 27,06% corresponde a la población de 26-33 años, el 21,18% pertenece a la población de 42-49, el 9,41% corresponde a la población de 18-25 años y por último el 12,94% pertenece a quienes tienen más de 50 años. Se concluye que en su mayoría la edad de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal es de 34-41 años que corresponde al 29,41%.



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

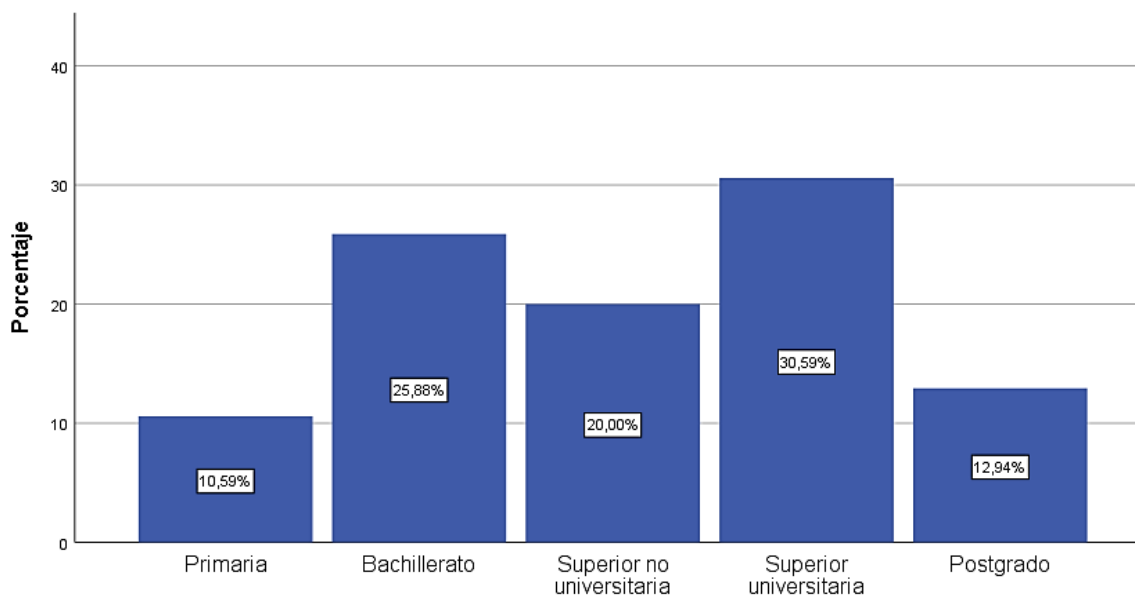
**Tabla 57.** Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Primaria</b>	9	2,1	10,6	10,6
	<b>Bachillerato</b>	22	5,2	25,9	36,5
	<b>Superior no universitario</b>	17	4,0	20,0	56,5
	<b>Superior universitario</b>	26	6,2	30,6	87,1
	<b>Postgrado</b>	11	2,6	12,9	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 14.** Nivel de Instrucción



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

Se pudo observar que el 30,59% de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote tienen un nivel de instrucción de superior universitaria, el 25,88% tienen un nivel de instrucción de bachillerato, el 20% corresponde a quienes tienen una instrucción superior no universitaria, el 12,94% corresponde a quienes tienen un nivel de instrucción de postgrado y el 10,59% restante tienen una instrucción primaria. Se concluye que

el mayor porcentaje que es de 30,59% de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con un nivel de instrucción de bachillerato.

#### 4. La valoración para las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote.

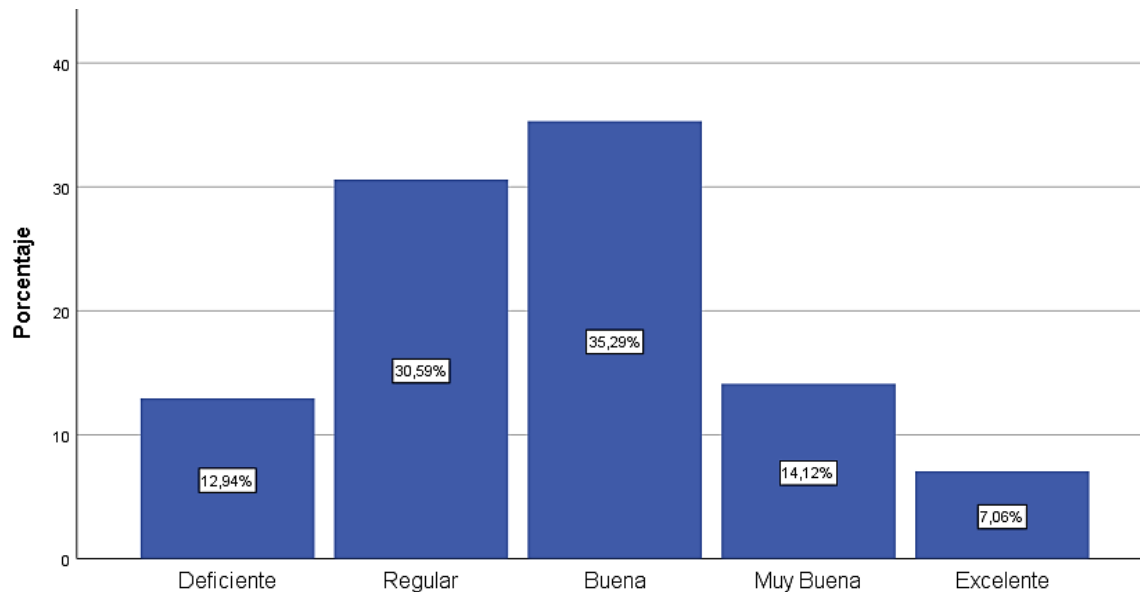
**Tabla 58.** Actividades Turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	11	2,6	12,9	12,9
	<b>Regular</b>	26	6,2	30,6	43,5
	<b>Buena</b>	30	7,1	35,3	78,8
	<b>Muy Buena</b>	12	2,8	14,1	92,9
	<b>Excelente</b>	6	1,4	7,1	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 15.** Actividades Turísticas



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote, el 35,29% de las autoridades afirman que son buenas, el 30,59% de las autoridades

piensa que están en estado regular, el 14,12% afirma que es muy buena, más para el 12,94% de las autoridades son deficientes y por último para el 7,06% de las autoridades es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 35,29% creen que las actividades turísticas existentes en los atractivos turísticos del cantón Guamote son buenas.

## 5. El estado de la planta turística con la que cuenta el cantón Guamote.

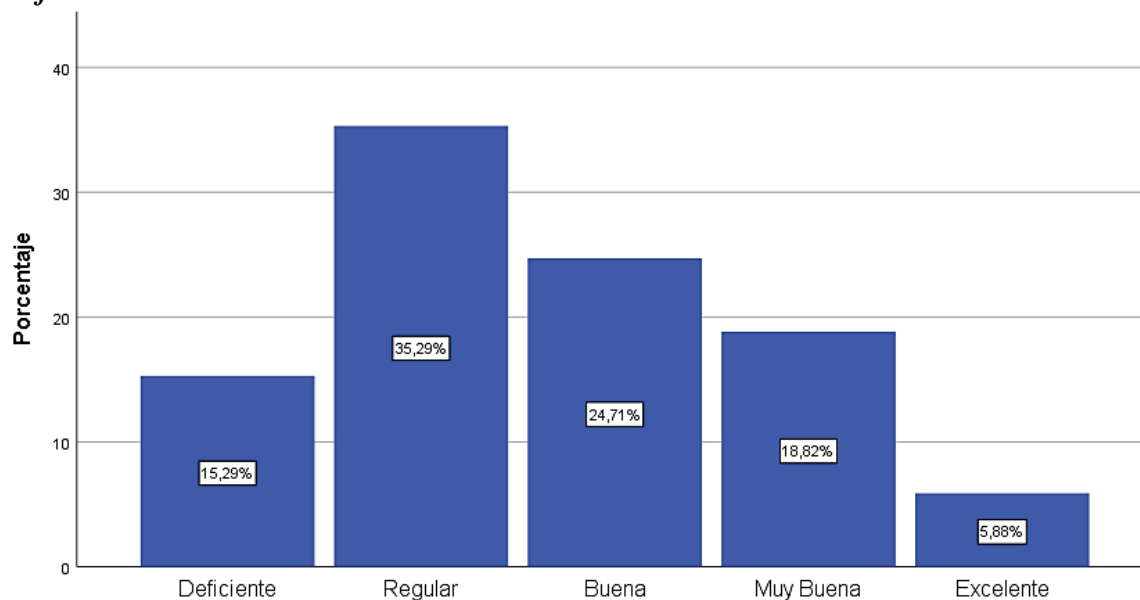
**Tabla 59.** Planta Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	13	3,1	15,3	15,3
	<b>Regular</b>	30	7,1	35,3	50,6
	<b>Buena</b>	21	5,0	24,7	75,3
	<b>Muy Buena</b>	16	3,8	18,8	94,1
	<b>Excelente</b>	5	1,2	5,9	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 16.** Planta Turística



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

En cuanto la planta turística existente en el cantón Guamote, el 35,29% de las autoridades afirman que es regular, el 24,71% de las autoridades piensa que están en estado bueno, el 18,82% afirma que es muy buena, más para el 15,29% de las autoridades es deficiente y por último para el 5,88% de las autoridades es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 35,29% creen la planta turística existente en el cantón Guamote es buena.

## 6. Las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo.

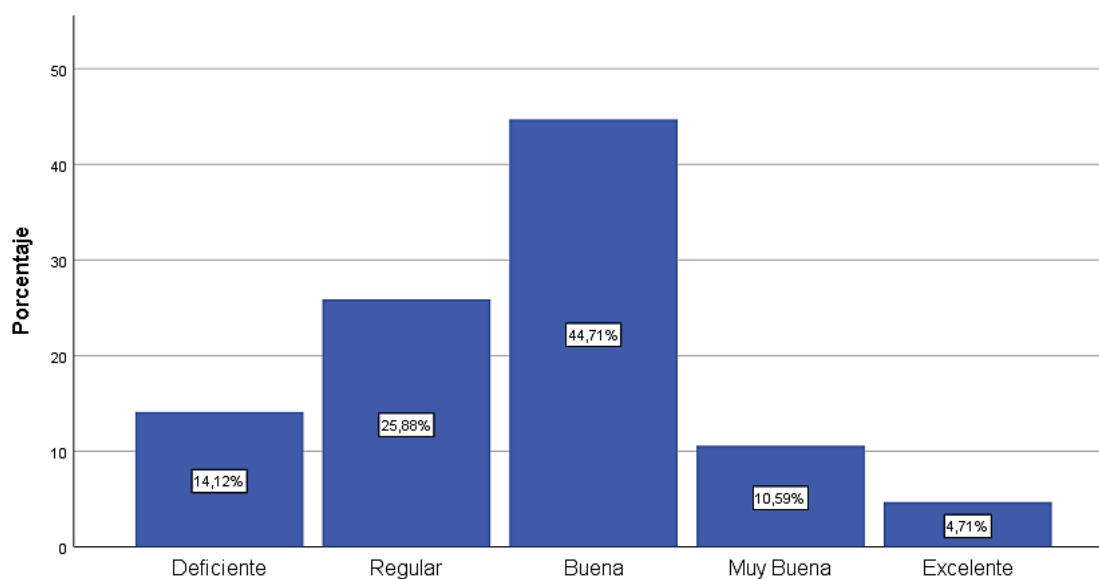
**Tabla 60.** Facilidades Turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	12	2,8	14,1	14,1
	<b>Regular</b>	22	5,2	25,9	40,0
	<b>Buena</b>	38	9,0	44,7	84,7
	<b>Muy Buena</b>	9	2,1	10,6	95,3
	<b>Excelente</b>	4	,9	4,7	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 17.** Facilidades Turísticas



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto las facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo, el 44,71% de las autoridades afirman que están en buen estado, el 25,88% de las autoridades piensa que están en estado regular, el 14,12% afirma que es deficiente, más para el 10,59% de las autoridades es muy buena y por último para el 4,71% de las autoridades es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 44,71% facilidades turísticas que posee el cantón Guamote para ofertar turismo que están en buen estado.

**7. Determine el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote.**

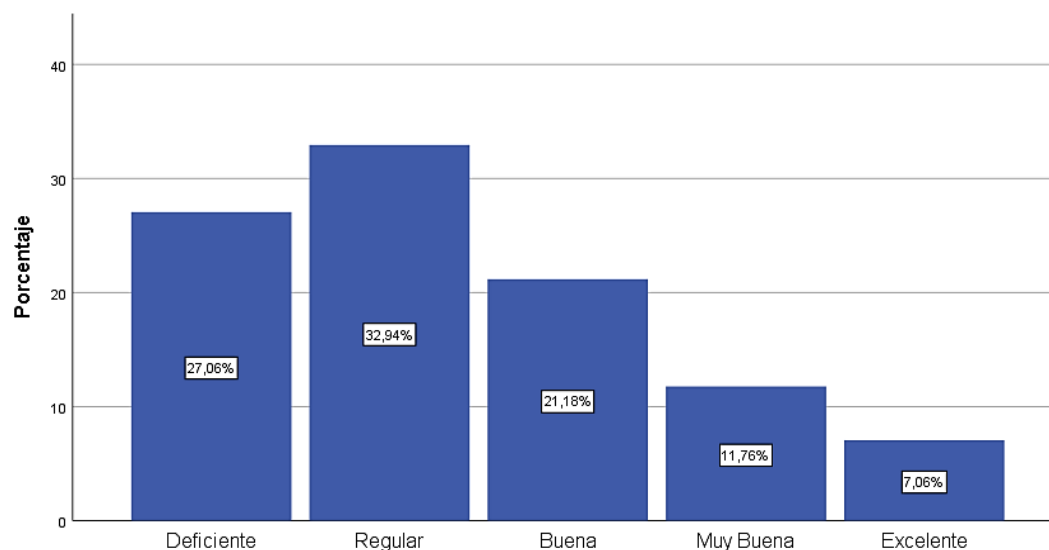
**Tabla 61.** Innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	23	5,5	27,1	27,1
	<b>Regular</b>	28	6,6	32,9	60,0
	<b>Buena</b>	18	4,3	21,2	81,2
	<b>Muy Buena</b>	10	2,4	11,8	92,9
	<b>Total</b>	6	1,4	7,1	100,0

*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

**Gráfico 18.** Innovación



*Fuente:* SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

*Elaborado por:* Paulina Chafla

En cuanto al grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote, el 32,94% de las autoridades afirman que es regular, el 27,06% de las autoridades piensan que es deficiente, el 21,18% afirma que es muy buena, más para el 11,76% de las autoridades es muy buena y por último el 7,06% afirma que es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 32,94% cree que el grado de innovación en el diseño de nuevos productos turísticos dentro de la oferta turística del cantón Guamote es regular.

## 8. La valoración del cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote.

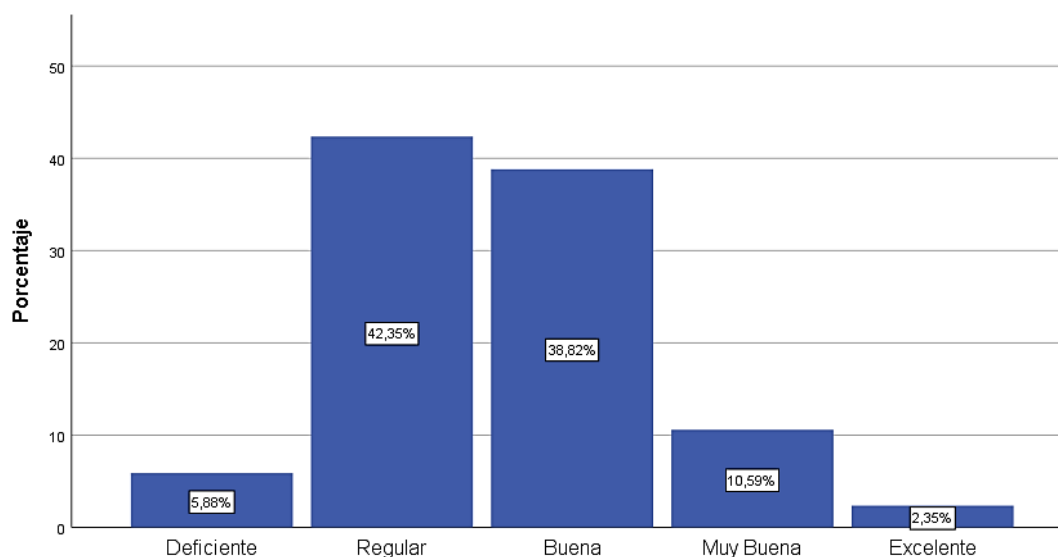
**Tabla 62.** Sitios Naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	5	1,2	5,9	5,9
	<b>Regular</b>	36	8,5	42,4	48,2
	<b>Buena</b>	33	7,8	38,8	87,1
	<b>Muy Buena</b>	9	2,1	10,6	97,6
	<b>Total</b>	2	,5	2,4	100,0

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 19.** Sitios Naturales



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

En cuanto al cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote, el 42,35% de las autoridades afirman que es regular, el 38,82% de las autoridades piensan que es bueno, el 10,59% afirma que es muy buena, más para el 5,88% de las autoridades es deficiente y por último el 2,35% afirma que es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 42,35% cree que el cuidado de los sitios naturales con los que cuenta el cantón Guamote es bueno.

## 9. El manejo de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad.

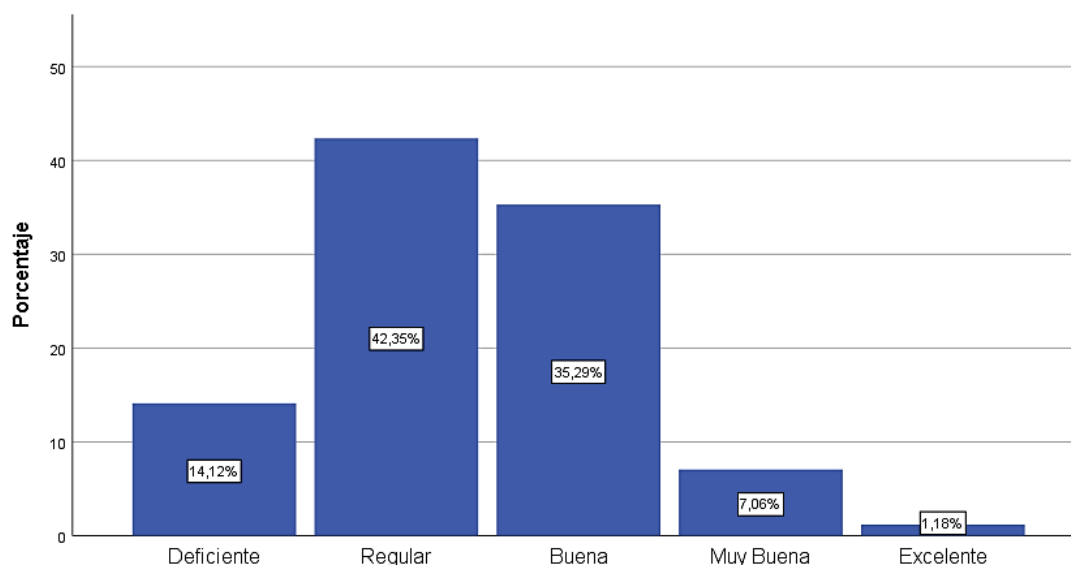
**Tabla 63.** Manifestaciones Culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	12	2,8	14,1	14,1
	<b>Regular</b>	36	8,5	42,4	56,5
	<b>Buena</b>	30	7,1	35,3	91,8
	<b>Muy Buena</b>	6	1,4	7,1	98,8
	<b>Excelente</b>	1	,2	1,2	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 20.** Manifestaciones Culturales



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

Con respecto al cuidado de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad, el 42,35% de las autoridades afirman que es regular, el 32,29% de las autoridades piensan que es bueno, el 14,12% afirma que es deficiente, más para el 7,06% de las autoridades es muy buena y por último para el 1,18% es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 43,53% cree que el cuidado de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es regular.

#### 10. La valoración de la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote.

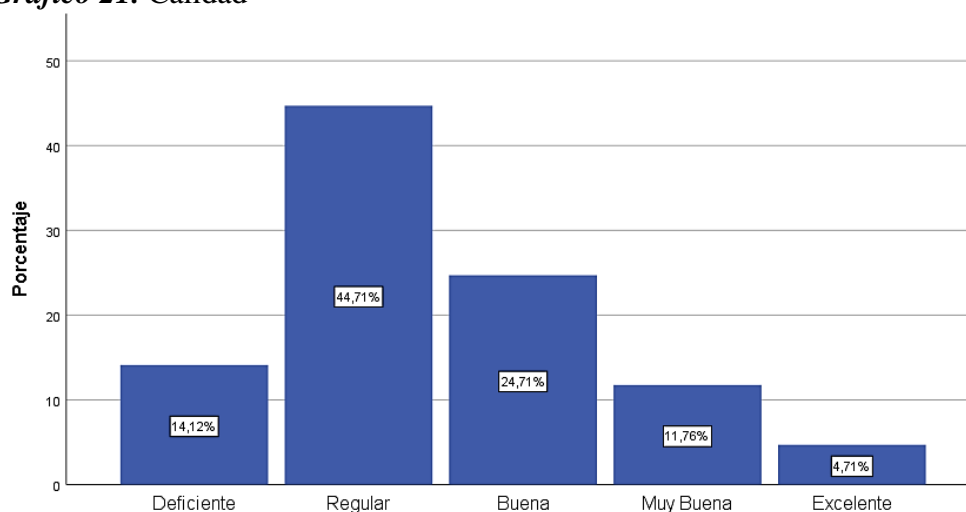
**Tabla 64.** Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	12	2,8	14,1	14,1
	<b>Regular</b>	38	9,0	44,7	58,8
	<b>Buena</b>	21	5,0	24,7	83,5
	<b>Muy Buena</b>	10	2,4	11,8	95,3
	<b>Excelente</b>	4	,9	4,7	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 21.** Calidad



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla



En cuanto a la calidad de los servicios turísticos ofertados en el cantón Guamote, el 44,71% de las autoridades afirman que es regular, el 24,71% de las autoridades piensan que es bueno, el 14,12% afirma que es deficiente, más para el 11,76% de las autoridades es muy buena y por último para el 4,71% es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 44,71% cree que el cuidado de las manifestaciones culturales de los habitantes de la localidad es regular.

### 11. La valoración del manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote.

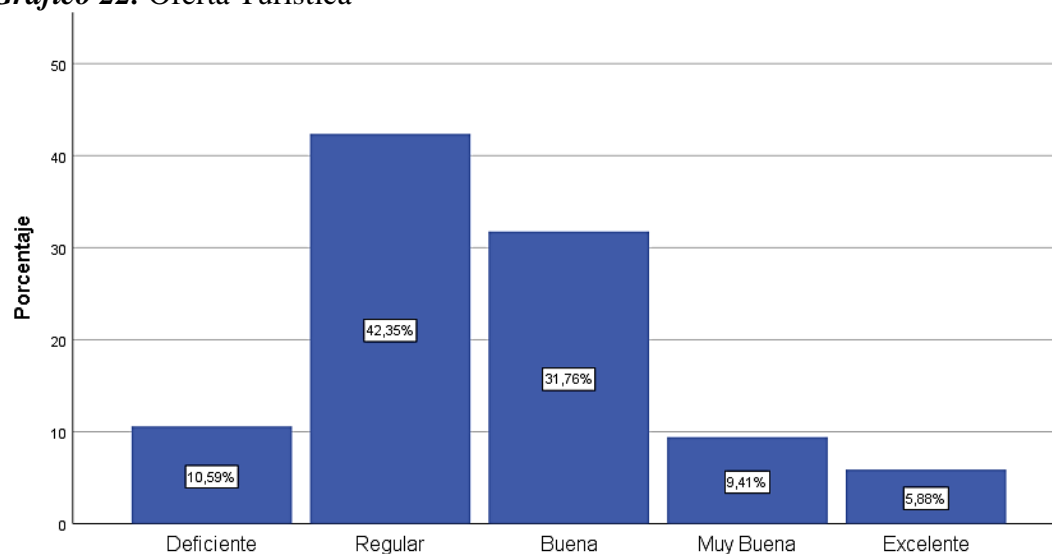
**Tabla 65.** Oferta Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	9	2,1	10,6	10,6
	<b>Regular</b>	36	8,5	42,4	52,9
	<b>Buena</b>	27	6,4	31,8	84,7
	<b>Muy Buena</b>	8	1,9	9,4	94,1
	<b>Total</b>	5	1,2	5,9	100,0

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 22.** Oferta Turística



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

En cuanto al manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote, el 42,35% de las autoridades afirman que es regular, el 31,76% de las autoridades piensan que es bueno, el 10,59% afirma que es deficiente, más para el 9,41% de las autoridades es muy buena y por último el 5,88% afirma que es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 42,35% cree que el manejo de la oferta turística con la que cuenta el cantón Guamote es regular.

## 12. Califique el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote.

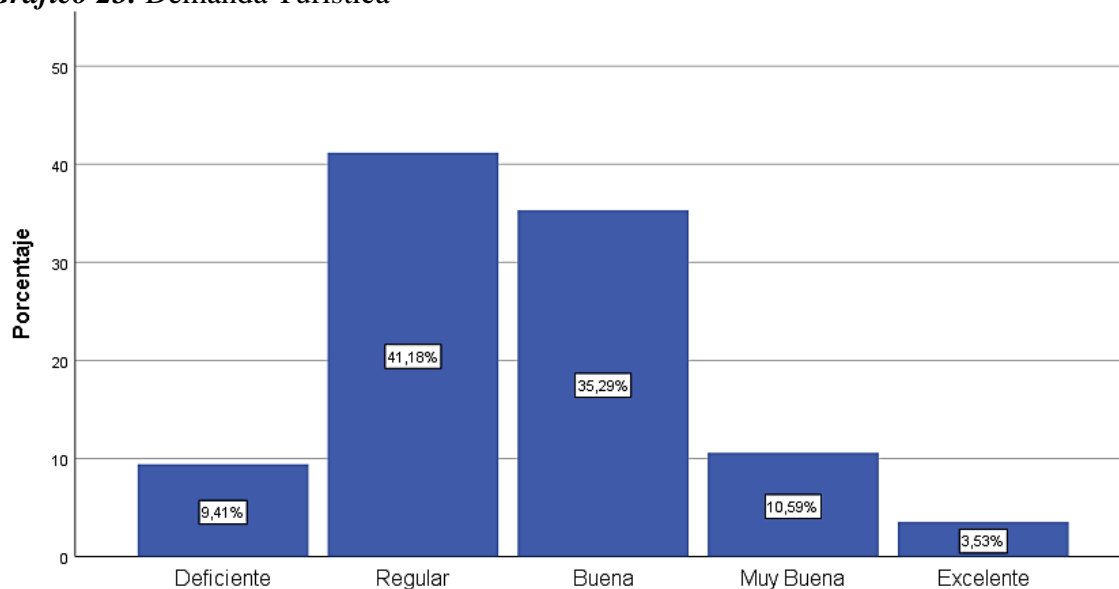
**Tabla 66.** Demanda Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	8	1,9	9,4	9,4
	<b>Regular</b>	35	8,3	41,2	50,6
	<b>Buena</b>	30	7,1	35,3	85,9
	<b>Muy Buena</b>	9	2,1	10,6	96,5
	<b>Excelente</b>	3	,7	3,5	100,0
	<b>Total</b>	85	20,1	100,0	

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 23.** Demanda Turística



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

En cuanto al trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote, el 41,18% de las autoridades afirman que es regular, el 35,29% de las autoridades piensan que es bueno, el 10,59% afirma que es muy buena, más para el 9,41% de las autoridades es deficiente y por último para el 3,53% es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 41,18% cree que el trabajo que se realiza para lograr el crecimiento de la demanda turística en Guamote es regular.

### 13. La valoración al manejo de la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote.

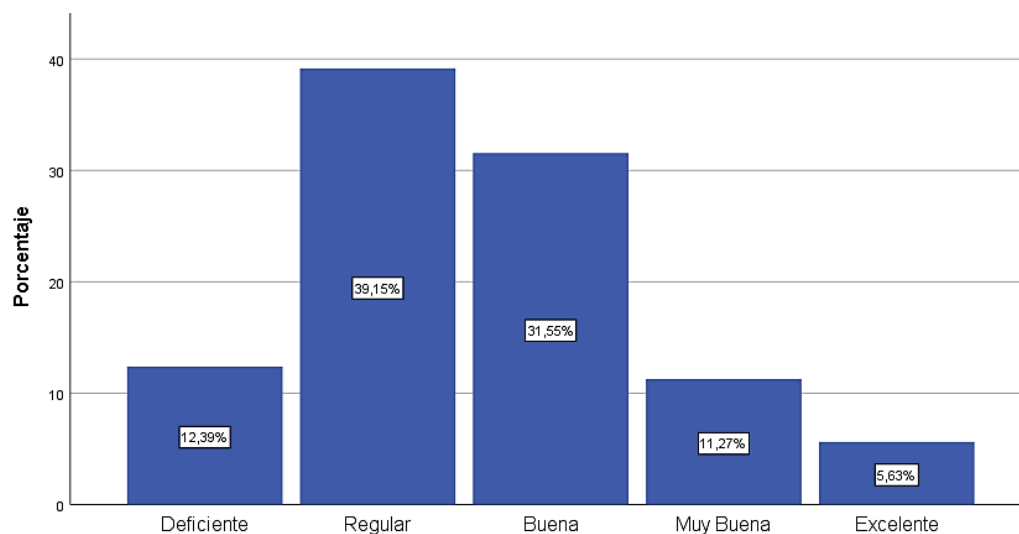
**Tabla 67.** Comercialización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Deficiente</b>	19	4,5	22,4	22,4
	<b>Regular</b>	33	7,8	38,8	61,2
	<b>Buena</b>	21	5,0	24,7	85,9
	<b>Muy Buena</b>	10	2,4	11,8	97,6
	<b>Total</b>	2	,5	2,4	100,0

**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

**Gráfico 24.** Comercialización



**Fuente:** SPSS Encuestas aplicadas a las autoridades de las juntas parroquiales y GAD Cantonal del cantón Guamote, marzo 2021

**Elaborado por:** Paulina Chafla

Con respecto a la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote, el 39,15% de las autoridades afirman que es regular, el 31,55% de las autoridades piensan que es buena, el 12,39% afirma que es deficiente, más para el 11,27% de las autoridades es muy buena y por último el 5,63% consideran que es excelente. Se concluye que la mayor parte de las autoridades de las juntas parroquiales y del GAD cantonal del cantón Guamote con 39,15% cree que la comercialización de la oferta turística del cantón Guamote es regular.

**Anexo 10.** Oficio dirigido al GAD Municipal del cantón Guamote.



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



*Riobamba, 25 de febrero de 2021*  
**Oficio No. 107-TT-CGTYH/T-2021**

Señor.  
Delfín Quishpe Apugllón  
**ALCALDE CANTÓN GUAMOTE**  
Presente

*De mi consideración:*

*Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo a nombre de la Carrera de Turismo/ Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice se entregue la información para la realización del proyecto de Investigación Titulado “**Productos y Oferta Turística del cantón Guamote, provincia de Chimborazo**”, que lo está realizando la Señorita Zoila Paulina Chafía Morales, estudiante de la Carrera.*

*Por la favorable acogida que dará a la presente, le anticipo mi agradecimiento.*

**Atentamente.**

VICTOR  
MEDARDO  
VELASCO  
SAMANIEGO

Formado digitalmente por VICTOR  
MEDARDO VELASCO SAMANIEGO  
DN: cn=VICTOR MEDARDO VELASCO  
SAMANIEGO, o=SGC, ou=SECURITY DATA  
S.A., c=ECENTIDAD=EE  
CERTIFICACIÓN DE INFORMACIÓN  
Difunda Day al subir de este documento  
Certificado  
Fecha: 2021-02-26 16:08:03-05

*Ing. Víctor Velasco S. Dr.*  
**DIRECTOR CARRERA GESTIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**

*Copia Archivo*  
*Elaborado por Jimena Yambay*

Anexo 11. Oficio de aceptación del GAD Municipal del cantón Guamote.



**TURISMO**

GUAMOTE, 24 DE MARZO DEL 2021

**CARTA DE ACEPTACIÓN**

Asunto: Aceptación para realizar la tesis

Me permito informar la aceptación del alumno(a) CHAFLA MORALES ZOILA PAULINA, de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo; para la realización de su Tesis con el tema: "Productos y Oferta Turística del Cantón Guamote" dentro de nuestra oficina Mesa de Turismo del GADMC-GUAMOTE; cabe mencionar que al concluir el estudio se nos entregue el producto final.

Particular que comunico para fines legales pertinentes.

Atentamente,

Ing. Dalmira Abarca W.  
**TÉCNICO DE TURISMO DEL GADMC-G**





**Anexo 12.** Evidencias Fotográficas de la aplicación de encuestas y entrevistas

**Fotografía 15.** Habitantes de la parroquia Matriz del cantón Guamote



**Fuente:** Paulina Chafila

**Fotografía 16.** Habitantes de la parroquia Matriz del cantón Guamote



**Fuente:** Paulina Chafila

**Fotografía 17.** Encuesta y entrevista aplicada al presidente de la Junta Parroquial de Palmira



**Fuente:** Paulina Chafla



**Fuente:** Paulina Chafla



**Fotografía 18.** Habitantes de la parroquia Palmira



**Fuente:** Paulina Chafila



**Fuente:** Paulina Chafila

**Fotografía 19.** Funcionarios del GAD Municipal del cantón Guamote



**Fuente:** Paulina Chafila



**Fuente:** Paulina Chafila

**Fotografía 20.** Funcionarios del GAD Municipal del cantón Guamote



**Fuente:** Paulina Chafra



**Fuente:** Paulina Chafra