



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

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA
PUELA DEL CANTÓN PENIPE”**

**Trabajo de titulación para optar al título de Licenciada en Gestión
Turística y Hotelera**

Autora:

Ruiz Meneses, Valeria Julissa

Tutor:

Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego

Riobamba, Ecuador. 2022

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Valeria Julissa Ruiz Meneses, con cédula de ciudadanía 060442833-4, autora del trabajo de investigación titulado: **“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE”**, 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, 25 de mayo de 2022.



Valeria Julissa Ruiz Meneses

C.I: 060442833-4

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 “OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE”, presentado por Valeria Julissa Ruiz Meneses con cédula de identidad número 060442833-4, 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.

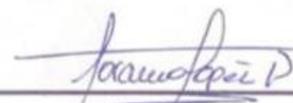
De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 25 de mayo de 2022.

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



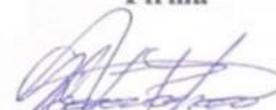
Firma

Mgs. Alexandra Lorena López Naranjo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



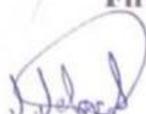
Firma

Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

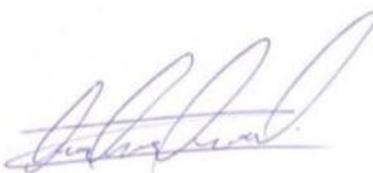


Firma

Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego
TUTOR



Firma



Valeria Julissa Ruiz Meneses

C.I: 060442833-4

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE", presentado por Valeria Julissa Ruiz Meneses con cédula de identidad número 060442833-4, bajo la tutoría del Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego; 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 25 de mayo de 2022.

**Presidente del Tribunal de Grado
Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga**



Firma

**Miembro del Tribunal de Grado
Mgs. Alexandra Lorena López Naranjo**



Firma

**Miembro del Tribunal de Grado
Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga**



Firma

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



CERTIFICACIÓN

Que, **RUIZ MENESES VALERIA JULISSA** con CC: **060442833-4**, estudiante de la Carrera **GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, NO VIGENTE**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE**", cumple con el 10%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 04 de marzo de 2022

VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO

Firmado digitalmente por VICTOR
MEDARDO VELASCO SAMANIEGO
DN: cn=VICTOR MEDARDO VELASCO
SAMANIEGO o=EC o=SECURITY
DATA S.A. 2, c=QUINTANA DE
CERTIFICACION DE INFORMACION
Módulo Soy el autor de este documento
Ubicación:
Fecha: 2022-03-04 15:25:06:00

Dr. Víctor Velasco Samaniego
TUTOR

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación se lo dedico a Dios porque es quien me regaló la sabiduría y conocimiento para poder ejecutar el mismo.

A mi madre por ser la persona que me apoya incondicionalmente en todo momento, su ejemplo de esfuerzo, trabajo y lucha me han motivado a seguir adelante, teniendo en cuenta que todo sacrificio tiene su recompensa, a mi hermana mi mayor motivación y quien está a mi lado en los mejores y peores momentos de mi vida, a mis abuelitos que siempre me aconsejaron y me ayudaron a forjar mi carácter, a mis tíos Rolando y Wilson quienes me brindaron su apoyo y confiaron en mí, a todos mis familiares, amigos y conocidos que fueron parte de este gran sueño.

AGRADECIMIENTO

Quiero comenzar agradeciendo a Dios quien me ha permitido tener logros muy importantes en mi vida, a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la carrera de Gestión Turística y Hotelera, a mi tutor Dr. Víctor Velasco por su predisposición permanente durante mi formación académica y el desarrollo de mi proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	17
1.1.Antecedentes de investigación.....	17
1.2.Planteamiento del problema	19
1.2.1.Problema general	19
1.2.2.Problemas específicos.....	19
1.3.Justificación	19
1.3.1.Justificación teórica	19
1.3.2.Justificación práctica	19
1.3.3.Justificación metodológica	19
1.4.Objetivos.....	20
1.4.1.Objetivo general	20
1.4.2.Objetivos específicos.....	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Estado del arte	21
2.1.1. Estado del arte de la variable independiente: Oferta turística	21
2.1.2. Estado del arte de la variable dependiente: Promoción turística	22
2.2. Marco teórico.....	22
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	24
3.1. Tipo de la investigación.....	24
3.2. Diseño de la investigación.....	24
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	25
3.3.1. Técnicas	25

3.3.2. Instrumentos	25
3.4. Población de estudio y tamaño de la muestra.....	25
3.4.1. Población de estudio.....	25
3.4.2. Tamaño de la muestra.....	26
3.5. Hipótesis	26
3.5.1. Hipótesis general	26
3.5.2. Hipótesis específicas.....	26
3.6. Métodos de análisis y procesamiento de datos	27
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	29
4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente.....	29
4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la Variable Independiente: Promoción.....	32
4.2. Prueba de hipótesis	35
4.2.1. Hipótesis general	35
4.2.2. Hipótesis específicas.....	36
4.3. Presentación de resultados.....	38
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
5.1. Conclusiones.....	39
5.2. Recomendaciones	39
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXOS	44
Anexo 1. Propuesta.....	44
Anexo 2. Oficio de aceptación por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela.	94
Anexo 3. Árbol de problemas.....	95
Anexo 4. Matriz de Operacionalización de Variables.....	96
Anexo 5. Matriz de consistencia.....	99
Anexo 6. Encuesta de la variable independiente: Oferta Turística.....	100
Anexo 7. Encuesta de la variable independiente: Promoción Turística	102
Anexo 8.- Validación por los expertos, variable independiente “Oferta Turística”	104

Anexo 9.- Validación por los expertos, variable dependiente “Promoción Turística”.....	108
Anexo 10. Resultados de la Variable Independiente: Oferta Turística	112
Anexo 11. Resultados de la Variable Independiente: Promoción Turística	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validación de expertos	27
Tabla 2. Criterios de fiabilidad	27
Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente	28
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente	28
Tabla 5. Análisis de resultados de la variable independiente Oferta	29
Tabla 6. Análisis de resultados de la variable independiente Promoción.....	32
Tabla 7. Prueba de hipótesis general	35
Tabla 8. Prueba de hipótesis específica 1	36
Tabla 9. Prueba de hipótesis específica 2	37
Tabla 10. Prueba de hipótesis específica 3	37
Tabla 11. Datos Generales.....	52
Tabla 12. Disponibilidad de servicios básicos de agua, electricidad y saneamiento básico en las comunidades de la parroquia de Puela.	53
Tabla 13. Disponibilidad de servicios de comunicación	53
Tabla 14. Acceso a programas de vivienda en las comunidades de la parroquia de Puela .	54
Tabla 15. Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en las comunidades de la parroquia de Puela.	54
Tabla 16. Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas	55
Tabla 17. Formas de disposición de los residuos sólidos	55
Tabla 18. Disponibilidad del servicio de electricidad en las comunidades de la parroquia	56
Tabla 19. Disponibilidad de instituciones de educación en las comunidades de la parroquia	56
Tabla 20. Población en las instituciones de educación en las comunidades de la parroquia	56
Tabla 21. Disponibilidad de servicios de salud en las comunidades de la parroquia	57
Tabla 22. Resumen de los atractivos turísticos naturales	65
Tabla 23. Análisis FODA	67
Tabla 24. Mercado objetivo.....	72
Tabla 25. Objetivos estratégicos.....	73
Tabla 26. Estrategia 1	74
Tabla 27. Estrategia 2	76
Tabla 28. Estrategia 3	78
Tabla 29. Estrategia 4	83
Tabla 30. Estrategia 5	84
Tabla 31. Estrategia 6	87
Tabla 32. Cronograma de actividades	90
Tabla 33. Resumen de costo total	92
Tabla 34. Control de resultados	93
Tabla 35. Matriz de operacionalización de variables	96
Tabla 36. Matriz de consistencia	99
Tabla 37. Género	112

Tabla 38. Edad.....	113
Tabla 39. Nivel de instrucción.....	114
Tabla 40. Atractivos.....	115
Tabla 41. Infraestructura.....	116
Tabla 42. Facilidades.....	117
Tabla 43. Manifestaciones culturales	118
Tabla 44. Sitios naturales.....	119
Tabla 45. Recursos.....	120
Tabla 46. Oferta.....	121
Tabla 47. Demanda.....	122
Tabla 48. Ventas	123
Tabla 49. Servicios	124
Tabla 50. Género	125
Tabla 51. Edad.....	126
Tabla 52. Nivel de instrucción.....	127
Tabla 53. Procedimientos	128
Tabla 54. Normas.....	129
Tabla 55. Protocolos	130
Tabla 56. Seguimiento.....	131
Tabla 57. Promoción.....	132
Tabla 58. Productos	133
Tabla 59. Precio.....	134
Tabla 60. Necesidades	135
Tabla 61. Preferencias	136
Tabla 62. Satisfacción.....	137

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Metodología para el diseño de un Plan de Marketing.....	47
Figura 2. Parroquia Puela. Vista del Volcán Tungurahua.....	47
Figura 3. Bandera de la parroquia Puela	51
Figura 4. Escudo de la parroquia Puela.....	51
Figura 5. Logo y slogan de la parroquia Puela.....	52
Figura 6. Río Puela.....	57
Figura 7. Aguas termales.....	58
Figura 8. Cascada El Tambo	59
Figura 9. Cascada del Ojo del Fantasma	60
Figura 10. Volcán Tungurahua.....	61
Figura 11. Cascada del Batán	62
Figura 12. Cascada La Morocha.....	63
Figura 13. Mesa de información.....	75
Figura 14. Valla turística 1	77
Figura 15. Valla turística 2	77
Figura 16. Tríptico Parroquia Puela lado A.....	79
Figura 17. Tríptico Parroquia Puela lado B.....	80
Figura 18. Afiche turístico parroquia Puela	81
Figura 19. Programa de capacitación	82
Figura 20. Publicidad por redes sociales. Página de Facebook.....	85
Figura 21. Página de Facebook parroquia Puela	86
Figura 22. Publicidad por redes sociales. Página de Instagram	86
Figura 23. Souvenir 1. Gorra.....	87
Figura 24. Souvenir 2. Camiseta	88
Figura 25. Souvenir 3. Llavero.....	88
Figura 26. Souvenir 4. Taza	89
Figura 27. Souvenir 5. Esfero.....	89
Figura 28. Género.....	112
Figura 29. Edad	113
Figura 30. Nivel de instrucción	114
Figura 31. Atractivos.....	115
Figura 32. Infraestructura	116
Figura 33. Facilidades	117
Figura 34. Manifestaciones culturales.....	118
Figura 35. Sitios naturales.....	119
Figura 36. Recursos.....	120
Figura 37. Oferta	121
Figura 38. Demanda	122
Figura 39. Ventas.....	123

Figura 40. Servicios.....	124
Figura 41. Género	125
Figura 42. Edad	126
Figura 43. Nivel de instrucción	127
Figura 44. Procedimientos.....	128
Figura 45. Normas	129
Figura 46. Protocolos.....	130
Figura 47. Seguimiento	131
Figura 48. Promoción	132
Figura 49. Productos.....	133
Figura 50. Precio	134
Figura 51. Necesidades.....	135
Figura 52. Preferencias.....	136
Figura 53. Satisfacción	137

RESUMEN

El turismo hoy en día es parte fundamental de la economía a nivel local, nacional e internacional, por lo tanto, la promoción es parte indispensable para dar a conocer los atractivos que posee una ciudad, parroquia o pueblo. La investigación titulada “Oferta y Promoción Turística de la parroquia Puela del cantón Penipe”, tiene como objetivo principal determinar la relación existente entre la Oferta y la Promoción Turística. La metodología de la investigación tiene un enfoque cualitativo, diseño metodológico transversal y no experimental, se aplicó la investigación de campo, además se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario para poder obtener datos informativos de las dos variables, la variable dependiente Promoción Turística estuvo dirigida a los habitantes de la parroquia Puela, por lo tanto se sacó una muestra de toda la población de Puela, mientras que la variable independiente Oferta Turística fue dirigida al personal del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela.

Con los resultados obtenidos se realizó varios métodos estadísticos como el Alfa de Cronbach con la finalidad de verificar la confiabilidad de los instrumentos aplicados, dichos datos también fueron procesados y analizados mediante el programa IBM SPSS Statistics versión 22. Los resultados obtenidos dan paso a la formulación de la propuesta de diseño de un plan de marketing para el incremento de turistas en la parroquia Puela del cantón Penipe, dicho plan contribuirá al desarrollo turístico y económico de la parroquia, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Palabras claves: Oferta Turística, Promoción Turística, Turismo, Economía, Atractivos.

ABSTRACT

Tourism now a day is a fundamental part of the economy at the local, national and international levels; therefore, promotion is an indispensable part of publicizing the attractions that a city, parish, or town has. The research's main objective, "Tourist Offer and Promotion of the Puela parish in Penipe," is to determine the relationship between Tourist Offer and Promotion. The research methodology has a qualitative approach, transversal, and non-experimental methodological design; field research was applied, in addition, the survey technique and the questionnaire instrument were used to obtain informative data of the two variables, the dependent variable Tourism Promotion was directed to the inhabitants of the Puela parish; therefore a sample of the entire population of Puela was taken, while the independent variable Tourist Offer was directed to the staff of the Decentralized Autonomous Government of the Puela Rural Parish. With the results, several statistical methods were used, such as Cronbach's Alpha, to check the reliability of the instruments applied; these data were also processed and analyzed using the IBM SPSS Statistics version 22 program. The results obtained lead to the formulation of a proposal to design a marketing plan to increase the number of tourists in the Puela parish of the Penipe canton; this plan will contribute to the tourism and economic development of the parish, improving inhabitants' quality of life.

Keywords: Tourist Offer, Tourism Promotion, Tourism, Economy, Attractions.



Reviewed by:
Mgs. Hugo Romero
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603156258

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes de investigación.

Mediante las consultas bibliográficas realizadas no se ha podido constatar investigaciones previas sobre la oferta y promoción turística de la parroquia Puela del cantón Penipe, por lo tanto, no existen antecedentes de esta naturalidad, por dicha razón se procederá a tomar en cuenta las investigaciones referentes al tema a nivel nacional e incluso a nivel mundial.

Para la UNESCO, (2013) el turismo se reafirma como uno de los pilares fundamentales de las propuestas de crecimiento económico de numerosas naciones, constituyéndose en la actividad de mayor expansión en todos los continentes, la cual está generando una fuerte competencia entre países, regiones, ciudades y poblados, que compiten por posicionarse dentro del segmento del turismo cultural, en un mercado nacional e internacional exigente y de fuerte demanda.

(Silvers, 2017) en su investigación “Estrategias para el desarrollo turístico sustentable en el cantón Penipe, provincia de Chimborazo” argumenta: Gracias al potencial geográfico y a las oportunidades de los entornos de los atractivos turísticos que posee el cantón Penipe se puede apostar al turismo, pero en los últimos años el mejoramiento de los servicios básicos y de las condiciones para satisfacer las necesidades de los turistas no han sido lo suficiente por lo que se ha incrementado un turismo de paso, por tanto se debe desarrollar o ampliar el turismo al interior del territorio y evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos.(p. 3)

Según (Kotler, 2003) el mercado: grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio con un presupuesto determinado. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores, la oferta.

Según (Kotler, 2003) la promoción es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos en el mercado, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas al público determinado".

Según Azpelicueta, M., Cardona, J., & Sellarés, M. en su investigación “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, argumentan que : se realiza una descripción de las dos ofertas principales las cuales son el turismo patrimonial y el turismo de lujo, prácticamente este trabajo contiene información sobre estudios previos frente a la inspección de la oferta en la ciudad de Ibiza y su influencia en el campo turístico.

A lo largo del tiempo se han realizados estrategias para mejorar el turismo y dar a conocer el patrimonio histórico del lugar, pero la zona histórica sigue siendo de poca

importancia para los habitantes y turistas, el turismo de lujo es todo lo contrario, el mismo es un importante impacto mediático en los últimos años gracias a los proyectos de modernización de la oferta hotelera.

Según Moposita, E., Salazar, E., & Román, F. en su investigación “Análisis de la oferta turística para las parroquias Malacatos y Vilcabamba, en la provincia de Loja” del 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, se da a conocer la creación de un catálogo de ofertas turísticas que sirva de orientación para los futuros turistas o visitantes. Del mismo modo, se establece que la información sistematizada y debidamente caracterizada permite el mejor conocimiento acerca de las ofertas turísticas que posee Malacatos y Vilcabamba.

Tomando en cuenta la variable dependiente “oferta turística” se tiene la investigación denominada “Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile” publicada en “Estudios y perspectivas en turismo”, en Buenos Aires, Argentina, el cual nos dice que el desarrollo actual del turismo se fundamenta en ventajas competitivas creadas en las mismas localidades que se sostienen en la capacidad de innovar la prestación de servicios, la calidad de los productos, los niveles de seguridad, los productos diferenciados, la calidad ambiental, la diversificación de mercados, la generación de nuevos productos con altos estándares de calidad y el fortalecimiento de la oferta turística. (Escalona, Peña & Hiriarte, 2012: 14).

Una oferta turística bien estructurada genera numerosos beneficios para los territorios en donde esta se ejecuta, se mejoran la calidad de los servicios, el destino mejora su posicionamiento, se eleva la calidad de vida en donde se desarrolla y genera fuentes de trabajo.

Dentro del mismo argumento investigativo mencionamos a otro artículo denominado “La renovación edificatoria de la oferta turística de alojamiento en destinos consolidados: la experiencia de Canarias”, realizado en Valencia, España la cual nos afirma que la estrategia de “renovación” de la oferta turística desarrollada en el marco de las Directrices de Ordenación del Turismo (DOT) continúa siendo un aspecto clave de cualquier política de reestructuración de áreas turísticas consolidadas. Esta estrategia se plantea como básica para el mantenimiento, e incluso, incremento de la calidad de la oferta, rentabilidad, diversificación y cualificación del destino (Simancas, 2010: 23).

Capítulo IV. Resultados y discusión, aquí se realizó las pruebas de hipótesis, resultados, las conclusiones y recomendaciones.

Como último punto los anexos, en los cuales se marca una propuesta planteada mediante los resultados obtenidos de las encuestas y los anexos varios.

1.2.Planteamiento del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la oferta con la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera se relacionan los productos con la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe?
- ¿De qué manera se relacionan los atractivos con la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe?
- ¿De qué manera se relaciona el mercado con la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe?

1.3.Justificación

1.3.1. Justificación teórica

La ejecución de este proyecto estuvo enfocada principalmente en la promoción turística de la parroquia Puela, debido a que la misma es deficiente. Teniendo en cuenta que una de nuestras variables hace referencia a la oferta es importante primero conocer los lugares turísticos de la parroquia que cuenten con potencial para ser visitados por turistas locales, nacionales y también internacionales.

1.3.2. Justificación práctica

La principal razón por la cual se realizó este proyecto es promocionar un sitio turístico no reconocido, en este caso la parroquia Puela, con la finalidad de que más adelante se lo pueda posicionar en el mercado ya que en este lugar se pueden encontrar recursos muy importantes tales como flora y fauna.

En la actualidad, la promoción turística se convierte en una herramienta de planificación estratégica y operativa que enlazan actividades turísticas coordinando esfuerzos públicos, privados y comunitarios; lo que conlleva a constituir productos de calidad e innovadores que satisfagan a los clientes, en función a sus necesidades y expectativas, con el objetivo de alcanzar y mantener una posición competitiva en el mercado. La parroquia Puela, es un territorio de importancia escénica natural y cultural, el mismo puede ser aprovechado como una estrategia de desarrollo turístico para dinamizar su economía y agrandar la oferta turística, mejorando así la economía de los pobladores.

1.3.3. Justificación metodológica

Se trabajó en la mejora de la promoción turística, esta investigación se la realizó mediante la aplicación de encuestas, con el objetivo de recolectar una información en base a la opinión de los turistas y habitantes del lugar.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación existente entre la oferta y la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación existente entre los productos y la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe.
- Determinar la relación existente entre los atractivos y la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe.
- Determinar la relación existente entre el mercado y la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

2.1.1. Estado del arte de la variable independiente: Oferta turística

Según Rocío Arellano & Celia Chapa, (2015) menciona en su artículo que: para el sector turismo existen pocos estudios que lo analizan desde un contexto de precios fijos, el mercado, la oferta y su satisfacción.

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas” (Aguilar, 2013).

“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.

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

En el artículo “La oferta turística dark en Recife (Pernambuco - Brasil) ¿Una nueva forma de practicar el turismo urbano?” de los autores (Körössy, Araújo, & Andrade, 2018), nos da a conocer que las prácticas turísticas cada vez son más alternativas, creativas e innovadoras, las experiencias relacionadas con el terror, la muerte y actividades de adrenalina pura son las que llaman la atención en el mercado turístico. Se dice que estas tendencias se han observado principalmente en la última década en Recife (Pernambuco, Brasil), en esta ciudad las

historias de fantasmas y leyendas son transmitidas sin restricción alguna, dando paso a la imaginación e interpretación de las mismas a nivel personal.

2.1.2. Estado del arte de la variable dependiente: Promoción turística

“Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España” (Plumed, Gómez & Duque, 2018). En el presente documento se considera el desarrollo sostenible de un destino turístico, la planificación juega un papel fundamental, y parte importante recae en la promoción turística. En el caso de España, el boom turístico de los años 50 supuso un alto nivel de ingresos y popularidad, pero también serios perjuicios en el entorno cuando todavía no se prestaba atención a la sostenibilidad turística.

Para que el desarrollo turístico de un destino sea sostenible es necesaria la implantación de planes estratégicos adecuados, y este trabajo permite, gracias al estudio de un caso real, analizar la influencia de la promoción turística en la evolución de un destino turístico hacia la sostenibilidad. Este análisis demuestra que la promoción turística ha jugado un papel muy importante en el desarrollo y crecimiento de España como destino.

“Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos” (Gutiérrez, Sánchez & Galiano, 2018). El objetivo del presente documento es analizar la actividad y efectividad de las redes sociales oficiales para la promoción turística de los países iberoamericanos, hay que tomar en cuenta que vivimos en un mundo plenamente digitalizado por lo tanto es indispensable realizar promociones mediante la ayuda de la tecnología y sobre todo de las redes sociales.

2.2. Marco teórico

- **Atractivos:** según Rivera (2009), el concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita
- **Infraestructura:** según (León, 2020) la infraestructura abarca a todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ejemplo: carreteras, puertos.
- **Facilidades:** para Sammarchi (2001), 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.
- **Manifestaciones culturales:** es la manera en que expresamos nuestra cultura, por ejemplo, la música, la danza, la literatura, la pintura, las artesanías son manifestaciones culturales.
- **Recursos turísticos:** según (León, 2020) los recursos turísticos se basan en los atractivos con los que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico, cultural, folclórico.

- **Oferta:** según (Socatelli, 2013) la oferta es la integridad de proveedores de un determinado bienes o servicios por medio de los cuales se genera una agradable experiencia turística.
- **Demanda:** según (Socatelli, 2013) la demanda corresponde a la suma de los consumidores quienes están orientados a consumir los bienes, servicios y productos exhibidos por la oferta.
- **Ventas:** según (León, 2020) El término ventas comprende todas las actividades necesarias para proveer a un cliente o empresa de un producto o servicio a cambio de dinero. Sin embargo, para las empresas, las connotaciones de esta palabra van mucho más allá. Las empresas tienen departamentos con empleados dedicados especialmente a vender productos y servicios.
- **Promoción turística:** difusión de un lugar como destino turístico, y toma mayor importancia porque incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población.
- **Productos:** según la definición de la OMT, un producto turístico 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.
- **Procedimientos:** según (Florencia, 2010) el término procedimiento, se refiere a la acción, modo de proceder o método que se implementa para llevar a cabo ciertas cosas o tareas. Básicamente, un procedimiento consiste de una serie de pasos bien definidos que permitirán y facilitarán la realización de un trabajo de la manera más correcta y exitosa posible.
- **Precio:** según (Kotler & Armstrong, 2013), el precio es la suma de los valores monetarios que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de la investigación

- **Investigación de campo**

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna (Arias, 2012).

Para el desarrollo de esta investigación se realizó visitas in situ a la parroquia Puela con la finalidad de recolectar datos por medio de la aplicación de encuestas que aporten al proyecto mediante el apoyo de los habitantes de la misma.

- **Investigación cuantitativa**

Considera que el conocimiento debe ser objetivo y que el mismo se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, prueban hipótesis previamente formuladas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Se diseñó instrumentos de investigación para su aplicación y realizó el análisis de los cuestionarios aplicados, para la realización de esta investigación se aplicaron técnicas estadísticas para recolectar información a través de las encuestas, con el apoyo de Excel y el programa SPSS.

3.2. Diseño de la investigación

- **No experimental**

Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, que la investigación tiene como idea principal observar para luego analizar cuáles son las condiciones de estudio. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Para obtener una investigación de tipo no experimental se visualizó como se encuentra el lugar de estudio sin realizar ninguna alteración, tomando en cuenta la relación de las variables oferta y promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe, de este modo se puede decir que las variables de estudio en la investigación no fueron manipuladas.

- **Transversal**

La investigación fue levantada en un solo momento, con este diseño de investigación se analizó las variables a investigar: oferta y promoción turística, logrando responder el principal problema de la investigación: ¿De qué manera se relaciona la oferta con la promoción turística en la parroquia Puela del cantón Penipe?

- **Diseño correlacional**

La investigación tiene como objetivo principal comprender la relación o correlación entre dos o más conceptos, variables en una muestra o entorno específico. (Hernandez Sampieri, 2014)

Por medio de la presente investigación se identificó la relación entre la variable dependiente (promoción) y la variable independiente (oferta), lo que permitió conocer la realidad del territorio en estudio y las posibles acciones a tomar en el futuro.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas

Las técnicas de investigación comprenden un conjunto de procedimientos, reglas y normas que orientan al investigador a profundizar el conocimiento y el planteamiento de nuevas líneas de investigación, es por ello que ayuda a recabar toda la información que exista sobre el objeto que se investiga, considerando sus cambios y transformaciones. (Maya, 2014)

Para esta investigación la técnica que se utilizó es la encuesta, a través de la cual se formuló diferentes preguntas mismas que permitieron obtener información de los miembros pertenecientes al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela y los habitantes de la parroquia Puela.

Encuesta: es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. (Arias, 2012)

Se realizó una encuesta para la variable independiente “Oferta” (se aplicó a los miembros pertenecientes al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela) y para la variable dependiente “Promoción” (se aplicó a los habitantes de la parroquia Puela) dichas encuestas constaron de 3 preguntas generales y 10 preguntas específicas, se tomó en cuenta la escala de Likert para recabar datos.

3.3.2. Instrumentos

Cuestionario: es el instrumento que tiene forma material impresa o digital, es utilizado para registrar la información que proviene de personas que participan en una encuesta. (Hechavarría, 2012)

Se diseñó un formato por cada variable, tomando en cuenta las dimensiones y los indicadores de las mismas, con una escala de Likert valorada de la siguiente manera; 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Imparcial; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo.

3.4. Población de estudio y tamaño de la muestra

3.4.1. Población de estudio

La población involucrada en la investigación está conformada por:

Población 1. 8 miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela.

Población 2. Para esta investigación se tomó en cuenta a la población de la parroquia Puela, con un total de 622 habitantes según el censo elaborado en el año 2010, registrado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

3.4.2. Tamaño de la muestra

Muestra 1. Conformada por los 8 miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela.

Muestra 2. Habitantes de la parroquia Puela.

Fórmula de cálculo de la muestra:

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

E= error máximo aceptable

p= probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,80)(0,20)(622)}{(622) (0,05)^2 + (1,96)^2(0,80)(0,20)}$$

$$n = 238$$

3.5. Hipótesis

3.5.1. Hipótesis general

HG₁. Existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

3.5.2. Hipótesis específicas

HE₁. Existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

HE₂. Existe relación de los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

HE₃. Existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

3.6. Métodos de análisis y procesamiento de datos

3.6.1. Validez de instrumentos

3.6.1.1. Selección de los expertos

Para la validación de los instrumentos fue necesario obtener una aprobación por parte de 4 expertos catedráticos de las carreras de Gestión Turística y Hotelera/Turismo, tomando en cuenta al tutor, presidente y 2 miembros del tribunal.

Tabla 1. Validación de expertos

Nº	NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO	ASIGNACIÓN DEL TRIBUNAL
1	Dr. Víctor Velasco	Tutor
2	Mgs. Danilo Quintana	Presidente
3	Mgs. Alexandra López	Miembro 1
4	Mgs. Carlos Inga	Miembro 2

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

3.6.2. Confiabilidad de los instrumentos

Luego de la validación de los instrumentos por los 4 expertos, se procedió a la aplicación de las encuestas, con el objetivo de recopilar datos tanto para la variable independiente (oferta) como para la variable dependiente (promoción), tomando en cuenta la escala de Likert, mientras que para la obtención de las estadísticas de fiabilidad se realizó a través del programa estadístico SPSS Statistics 22.

Tabla 2. Criterios de fiabilidad

Coefficiente	Criterio
Coefficiente alfa > 0.9	Excelente
Coefficiente alfa > 0.8	Bueno
Coefficiente alfa > 0.7	Aceptable
Coefficiente alfa > 0.6	Cuestionable
Coefficiente alfa > 0.5	Pobre
Coefficiente alfa < 0.5	Inaceptable

Fuente: (George y Mallery, 2003)

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

3.6.2.1. Alfa de Cronbach, Variable Independiente Oferta

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad de la variable independiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
.822	10

Fuente: Encuestas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a (George y Mallery, 2003) el alfa de Cronbach que se obtiene para el instrumento de la variable independiente Oferta, tiene un grado de fiabilidad “Bueno”, puesto a que es > 0.8.

3.6.2.2. Alfa de Cronbach, Variable Independiente Promoción

Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad de la variable dependiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
.821	10

Fuente: Encuestas a los habitantes de la parroquia Puela del cantón Penipe

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a (George y Mallery, 2003) el alfa de Cronbach que se obtiene para el instrumento de la variable dependiente Promoción, tiene un grado de fiabilidad “Bueno”, puesto a que es > 0.8.

3.7. Análisis e interpretación de la información

La tabulación de datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas para cada una de las variables se realizó una base de datos en el programa Excel, posteriormente los mismos fueron procesados y analizados mediante el programa IBM SPSS Statistics 22, obteniendo de esta manera las tablas y gráficos que corresponden a cada uno de los ítems presentados en los cuestionarios aplicados.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

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

Tabla 5. Análisis de resultados de la variable independiente Oferta

Nº	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
a)	Género	Mediante las encuestas realizadas se determina que el 62.50% de los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela pertenecen al género femenino y el 37.50% al género masculino.
b)	Edad	A partir de los resultados obtenidos sobre la edad promedio de los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 50% de los mismos se encuentran en un rango de 36-45 años, mientras que un 37.50% están en un rango de 26-35 años, por lo tanto, un 12.50% abarca a las personas de 46 años en adelante.
c)	Nivel de instrucción	De acuerdo al nivel de instrucción de los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela el 50% de los encuestados posee una educación correspondiente a secundaria, mientras que el 37.50% hace referencia a un nivel de educación de tercer nivel, por lo tanto, el 12.50% tiene un nivel de educación técnico/tecnológico. De esta manera se determina que el porcentaje más alto pertenece al 50% con un nivel de educación de secundaria.
PRODUCTOS		
1	¿Considera que la parroquia Puela posee atractivos necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística?	De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela el 50% de los encuestados manifiesta que está de acuerdo en que los atractivos son necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística, mientras que un 37.50% nos da a conocer que está de acuerdo en que atractivos son necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística y un 12.50% nos dice que los atractivos pueden o no ser necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística.

- 2 **¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista?** Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 50% de los encuestados está de acuerdo en que la infraestructura de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista, mientras que el otro 50% manifiesta que está totalmente de acuerdo en que la infraestructura de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista.
- 3 **¿A su parecer las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia Puela?** De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela el 37.50% de los encuestados manifiesta que está totalmente de acuerdo en que las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia, mientras que el otro 37.50% nos da a conocer que está de acuerdo en que las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia y el 25% restante opina que no está de acuerdo ni en desacuerdo en que las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia.

ATRATIVOS

- 4 **¿Cree que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones?** Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 62.50% está totalmente de acuerdo en que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones, mientras que el 25% manifiesta que está de acuerdo en que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones y el 12.50% restante nos da a conocer que no está de acuerdo ni en desacuerdo en que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones.
- 5 **¿Considera necesario el** A partir de los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo

cuidado y conservación de los sitios naturales?

Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 75% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que es necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales, mientras que el 25% restante manifiesta que está de acuerdo en que es necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales.

6 ¿Cree que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente?

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 62.50% de los encuestados se encuentra de acuerdo en que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente, mientras que el 37.50% restante manifiesta que está totalmente de acuerdo en que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente.

MERCADO

7 ¿Considera necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela?

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 50% está de acuerdo en considerar necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela, mientras que el otro 50% está totalmente de acuerdo en considerar necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela.

8 ¿Cree que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela?

A partir de los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 62.50% está totalmente de acuerdo en que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela, mientras que el 25% manifiesta que no está de acuerdo ni en desacuerdo en que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela y el 12.50% restante nos da a conocer que está de acuerdo en que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela.

9 ¿Considera necesario fortalecer la promoción

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 62.50% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo

turística de la parroquia Puela?

en considerar necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela y un 37.50% manifiesta que está de acuerdo en considerar necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela.

10 ¿Cree usted que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela?

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 75% cree en su totalidad que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela, mientras que el 25% está de acuerdo en que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela.

Fuente: Encuestas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela
Elaborado por: Ruiz, V. 2021

4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la Variable Independiente: Promoción.

Tabla 6. Análisis de resultados de la variable independiente Promoción

Nº	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
a)	Género	Mediante los resultados obtenidos se determina que el 53.36% de los habitantes encuestados de la parroquia Puela pertenecen al género femenino y el 46.64% al género masculino.
b)	Edad	A partir de los resultados obtenidos sobre la edad promedio de los habitantes de la parroquia Puela se determina que un 40.34% están en un rango de 36-45 años, mientras que un 32.35% están en un rango de 46 años en adelante, por lo tanto, un 20.59% abarca al rango de 26-35 años y un 6.72% a las personas menores a los 25 años.
c)	Nivel de instrucción	De acuerdo al nivel de instrucción de los habitantes de la parroquia Puela el 54.62% de los encuestados posee una educación correspondiente a primaria, mientras que el 42.44% hace referencia a un nivel de educación secundaria y el 2.94% tiene un nivel de tercer nivel. De esta manera se determina que el porcentaje más alto pertenece al 54.62% con un nivel de educación de primaria.

TÉCNICAS

- 1 ¿Considera necesario elaborar un plan de procedimientos secuenciales con la ayuda de diferentes instrumentos para una buena promoción turística?**

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 40.34% están de acuerdo, un 31.93% imparcial, mientras que un 21.43% está en desacuerdo y el 6.30% restante está totalmente de acuerdo, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela si consideran necesario elaborar un plan de procedimientos secuenciales con la ayuda de diferentes instrumentos para una buena promoción turística.
- 2 ¿Considera necesario cumplir con todas las normas impuestas por los entes reguladores?**

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 53.78% están totalmente de acuerdo, un 38.66% de acuerdo y el 7.56% restante responde de forma imparcial. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela consideran totalmente necesario cumplir con todas las normas impuestas por los entes reguladores.
- 3 ¿Cree usted que es indispensable cumplir con los protocolos establecidos por los entes reguladores del turismo?**

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 39.08% están totalmente de acuerdo, un 35.29% de acuerdo, mientras que un 16.81% responde de forma imparcial y el 8.82% está en desacuerdo. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela si creen que es indispensable cumplir con los protocolos establecidos por los entes reguladores del turismo.
- 4 ¿Considera necesario el seguimiento de promoción turística de la parroquia Puela?**

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 57.14% están de acuerdo y el 42.86% totalmente de acuerdo, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela si consideran necesario el seguimiento de promoción turística de la parroquia Puela.

MARKETING

- 5 **¿Cree usted que la promoción turística de la parroquia Puela es la adecuada?** De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 46.22% están de acuerdo, un 30.25% totalmente de acuerdo, mientras que un 19.33% responde de forma imparcial y el 4.20% en desacuerdo. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela creen que la promoción turística de la misma es la adecuada.
- 6 **¿Cree usted que se debería diseñar productos turísticos en la parroquia Puela?** A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 45.38% están de acuerdo, un 31.51% totalmente de acuerdo, mientras que un 19.33% responde de forma imparcial y el 3.78% restante está en desacuerdo, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela si creen que se debería diseñar productos turísticos en la misma.
- 7 **¿Considera que los precios de los servicios y actividades son adecuados?** Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 52.52% están de acuerdo, un 42.86% totalmente de acuerdo y el 4.62% responde de forma imparcial, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela consideran que los precios de los servicios y actividades si son adecuados.

PÚBLICO

- 8 **¿Cree usted que es viable tomar en cuenta las necesidades de los turistas?** De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 53.36% están totalmente de acuerdo, mientras que un 39.08% están de acuerdo y el 7.56% responde de forma imparcial. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela creen que si es viable tomar en cuenta las necesidades de los turistas.
- 9 **¿Cree usted que es indispensable analizar las preferencias de los turistas?** A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 49.16% están totalmente de acuerdo, un 47.48% de acuerdo y un 3.36% responde de forma imparcial, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela

creen que si es indispensable analizar las preferencias de los turistas.

- 10 ¿Cree usted que la calidad del servicio ayuda a la satisfacción del cliente?** Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 63.87% están de acuerdo, un 36.13% totalmente de acuerdo. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela creen que la calidad del servicio si ayuda a la satisfacción del cliente.

Fuente: Encuestas a los habitantes de la parroquia Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

a) **H₁.** Existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

H₀. No existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

b) **Margen de error**

$\alpha = 0.05$

c) **Estadístico de la prueba**

Prueba de Chi Cuadrado

Tabla 7. Prueba de hipótesis general

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	.178 ^a	1	.673
Corrección de continuidad ^b	.000	1	1.000
Razón de verosimilitud	.174	1	.676
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	.156	1	.693
N de casos válidos	8		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Decisión: dado que Sig. asintótica es $0.673 > 0.05$, se procede a rechazar la hipótesis alternativa de investigación y se acepta la hipótesis nula. De esta manera se define que **HG₀.** No existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

4.2.2. Hipótesis específicas

4.2.2.1. Prueba de hipótesis específica 1

a) **H₁**. Existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

H₀. No existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

b) **Margen de error**

$\alpha = 0.05$

c) **Estadístico de la prueba**

Prueba de Chi Cuadrado

Tabla 8. Prueba de hipótesis específica 1

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	.036 ^a	1	.850
Corrección de continuidad ^b	.000	1	1.000
Razón de verosimilitud	.036	1	.850
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	.031	1	.860
N de casos válidos	8		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Decisión: dado que Sig. asintótica es $0.850 > 0.05$, se procede a rechazar la hipótesis alternativa de investigación y se acepta la hipótesis nula. De esta manera se define que **HE₀**. No existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

4.2.2.2. Prueba de hipótesis específica 2

a) **H₂**. Existe relación de los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

H₀. No existe relación de los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

b) **Margen de error**

$\alpha = 0.05$

c) **Estadístico de la prueba**

Prueba de Chi Cuadrado

Tabla 9. Prueba de hipótesis específica 2

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	.036 ^a	1	.850
Corrección de continuidad ^b	.000	1	1.000
Razón de verosimilitud	.036	1	.850
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	.031	1	.860
N de casos válidos	8		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Decisión: dado que Sig. asintótica es $0.850 > 0.05$, se procede a rechazar la hipótesis alternativa de investigación y se acepta la hipótesis nula. De esta manera se define que HE_0 . No existe relación de los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

4.2.2.3. Prueba de hipótesis específica 3

a) **H₃.** Existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

H₀. No existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

b) **Margen de error**

$\alpha = 0.05$

c) **Estadístico de la prueba**

Prueba de Chi Cuadrado

Tabla 10. Prueba de hipótesis específica 3

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	.178 ^a	1	.673
Corrección de continuidad ^b	.000	1	1.000
Razón de verosimilitud	.174	1	.676
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	.156	1	.693
N de casos válidos	8		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Decisión: dado que Sig. asintótica es $0.673 > 0.05$, se procede a rechazar la hipótesis alternativa de investigación y se acepta la hipótesis nula. De esta manera se define que HE_0 . No existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

4.3. Presentación de resultados

Para la obtención de los resultados del presente proyecto de investigación se ha realizado un análisis de la hipótesis general y las hipótesis específicas mediante el método estadístico de Chi Cuadrado, obteniendo los siguientes datos:

Mediante el programa informático IBM SPSS Statistics 22 se ha realizado la prueba de Chi Cuadrado a la hipótesis general, obteniendo un resultado de Sig. asintótica de $0.673 > 0.05$, por lo tanto, se determina que no existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

Al aplicar la prueba de Chi Cuadrado mediante el programa informático IBM SPSS Statistics 22 a la hipótesis específica 1, se obtuvo un resultado de Sig. asintótica es $0.850 > 0.05$, por lo tanto, se determina que no existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

Mediante el programa informático IBM SPSS Statistics 22 se ha realizado la prueba de Chi Cuadrado a la hipótesis específica 2, obteniendo un resultado de Sig. asintótica de $0.850 > 0.05$, por lo tanto, se determina que no existe relación de los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

Al aplicar la prueba de Chi Cuadrado mediante el programa informático IBM SPSS Statistics 22 a la hipótesis específica 3, se obtuvo un resultado de Sig. asintótica es $0.673 > 0.05$, por lo tanto, se determina que no existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Mediante la investigación realizada se evidencia que no existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa de investigación y se acepta la hipótesis nula, cabe mencionar que estos resultados fueron obtenidos en tiempo de la pandemia del COVID 19, es por esta razón que los resultados son negativos ya que el sector turístico fue uno de los ámbitos que tubo mayor impacto durante esta situación.
- A partir de la comprobación de las hipótesis del proyecto se determina que no existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe, debido a la escasez de recursos económicos no se cuenta con infraestructura adecuada para el total disfrute y descanso de los turistas, si bien es cierto Puela posee recursos naturales para ser potencializados turísticamente pero el descuido y el poco interés de las autoridades se hace presente en este aspecto.
- De acuerdo a los resultados obtenidos de la comprobación de las hipótesis se evidencia que no existe relación entre los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe, debido al desconocimiento los mismos no son potencializados a nivel local y mucho menos a nivel nacional.
- La investigación realizada permitió identificar que no existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.
- La deficiente promoción turística provoca el desconocimiento de los atractivos y recursos que posee la Parroquia Puela.

5.2. Recomendaciones

- Al hablar de promoción turística se debe hacer énfasis en dar a conocer todos los atractivos culturales y naturales, por lo tanto, se recomienda crear estrategias de promoción de los atractivos que posee la parroquia Puela
- Se recomienda diseñar un plan de marketing con la finalidad de incrementar la visita de turistas a la parroquia Puela del cantón Penipe.
- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Puela del cantón Penipe, con el fin de saber su estado actual y enriquecer el conocimiento sobre la zona.
- Es recomendable capacitar a los prestadores de servicios existentes en la parroquia Puela, con la finalidad de brindar un servicio de calidad.
- Es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela formule un plan de gestión con la finalidad de ampliar la oferta turística de la parroquia.
- Se recomienda mantener un seguimiento y control en base al plan de marketing para visualizar si realmente se están cumpliendo los objetivos establecidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agüera, F. O. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Armijos, L., Bustamante, C., & Calle, P. (2019). Percepción del turista sobre el servicio de alimentos y bebidas. Sitio, Playa Bajoalto, Cantón El Guabo, El Oro, Ecuador. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2019000100093
- Berry, L., Bennet, D., & Brown, C. (2018). Calidad en el servicio turístico. Obtenido de http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf
- Cárdenas, E. S. (2004). Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca (No. 4). FUNDACION PIEB.
- Collado, A. M., Navarro, D. M. C., Talaya, A. E., & Sánchez, E. D. (2007). Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de análisis turístico*, (4).
- Cohen, W. (2001). *El plan de marketing*. Deusto. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FWilliam-Cohen-4%2Fpublication%2F40941176_El_Plan_de_marketing_procedimientos_formularios_estrategia_y_tecnica%2Flinks%2F5592a13508aed7453d462d8c%2FEI-Plan-de-marketing-procedimientos-formularios-estrategia-y-tecnica.pdf&clen=618282
- Chong, J. L. (2009). *Promoción de ventas*. Ediciones Granica SA.
- Díaz, I. M. R., de Castro, E. C. D., & Cataluña, F. J. R. (2013). *Gestión de precios*. Esic Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=z4q0zoUPOMEC&oi=fnd&pg=PA71&dq=que+es+el+precio&ots=uj53kxIibA&sig=bttvzM7TCXpf3NP7jc3gJDBfyV4#v=onepage&q=que%20es%20el%20precio&f=false>
- Fournier Origgi, L. (1993). *Recursos naturales* (No. 333.7097286 F778r2). EUNED, Obtenido de <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=earth.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=013383>
- Florencia. (2010). Procedimientos y sus características. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194125789002.pdf>
- García Cebrián, R., & OLMOS JUÁREZ, L. O. U. R. D. E. S. (2016). Estructura del mercado turístico 2. Ediciones Paraninfo, SA.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Puela. (Mayo de 2019). Reseña histórica. Obtenido de <https://puela.gob.ec/index.php/la-parroquia/historia>
- Guerra, E., & Gutiérrez, A. (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. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000200188
- Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 135-150.
 - Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGrawHill / Interamericana Editores.
 - Hoyos, R. (2000). *Plan de marketing: diseño, implementación y control*. Ecoe ediciones. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=oMC4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=plan+de+marketing&ots=A-_5fJH5Gk&sig=Do4TMIHOchsqnIJmEzIeJOr7kAA#v=onepage&q=plan%20de%20marketing&f=false
 - Hurtado, A. (2012). MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOMINANTES. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/8331907/CD%20201104%20AE-IC%20Lopez%20y%20Vicente.pdf?1328444987=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos_y_tecnicas_de_investigacion_domi.pdf&Expires=1598231524&Signature=bqswPmUQvbH94QkTvftHQNIRA5t
 - Jiménez, I. F., & Flores Jiménez, R. (2017). EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN Y EL PRESUPUESTO GUBERNAMENTAL. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/estl/LI_AdminEst/Ruth_Flores/articulo_planificacion.pdf
 - Jiménez, F. S. (2012). El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(4), 143-153.
 - Kotler. (2003). *Books, Fundamentos de Marketing*. Obtenido de Redalyc: https://books.google.com.ec/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&dq=marketing+philip+kotler&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiTzquoy83qAhVhT98KHbMUCd4Q6wEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=marketing%20philip%20kotler&f=false
 - Lara, S. (2003). *Satisfacción del cliente*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fwww.insucotalca.cl%2Fdescargas%2F2020%2Frecursos%2Fterceros%2Fatenciondeclientes%2FGu%25C3%25ADa%2520N%25C2%25B01.%2520Atenci%25C3%25B3n%2520de%2520Clientes%2520(Concepto%2520de%2520Satisfacci%25C3%25B3n).pdf&clen=402124&chunk=true
 - León, C. (2020). Análisis sobre la calidad del servicio y la variación de las ventas. Obtenido de <https://3.210.144.179/handle/11537/23657>
 - Madrazo, L. M. R. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 15(1), 1-8.

- Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FNasimba-Maribel%2Fpublication%2F333221285_Articulo_de_revision_DISENO_DE_PRODUCTOS_TURISTICOS_Y_SUS_FACILIDADES%2Flinks%2F5ce2cde7299bf14d95aa8667%2FArticulo-de-revision-DISENO-DE-PRODUCTOS-TURISTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf&cien=1024233
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357.
- Olarte, N. (2002). El público y las políticas de ciencia y tecnología. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0378-18442002000200008&script=sci_arttext&tlng=en
- Omar Aylo, C. C., Rodríguez, S. S., López, R. E., Bravo, D. R., & Bolívar, E. F. (2017). Análisis del comportamiento del consumidor, ante la oferta de productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372017000200002
- Owen, O. S. (2008). *Conservación de recursos naturales*. Editorial Pax México. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0Z_KmG0yOvEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=recurso+naturales&ots=iBs8YzOArT&sig=924L_5pAhaubnosd6w6T5zKnppY#v=onepage&q=recurso%20naturales&f=false
- Palacio, M. C., & Molina, V. C. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 755-775.
- PDOT Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela. (Abril de 2018). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL. Obtenido de <http://puela.gob.ec/index.php/gobierno-parroquial/plan-de-desarrollo/83-pdot-puela/file>
- Pulido, J. I., & Sáez, A. (2011). Estructura general del mercado turístico. España: Síntesis.
- Rozas, P., & Sánchez, R. (2004). *Desarrollo de infraestructura y crecimiento económico: revisión conceptual*. CEPAL. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Frepositorio.cepal.org%2Fbitstream%2Fhandle%2F11362%2F6441%2FS048642_es.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&cien=513646&chunk=true
- Ruiz, D. F., & González, M. D. L. O. B. (2020). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. *Revista de economía mundial*, (32).
- Ruiz Hurtado, V. M. (2021). Sociabilidad, manifestaciones culturales y conflicto. *Bitácora Urbano Territorial*, 31(1), 125-137.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-79132021000100125

- Saravia, M. D. C., & Muro, M. N. (2016). Productos turísticos: metodología para su elaboración. <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1647>
- Silvers, Á. (2017). Estrategias para el desarrollo turístico sustentable . Obtenido de <http://arje.bc.uc.edu.ve/arje22/art39.pdf>
- Socatelli. (2013). Mercadeo. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Socatelli. (2016). Estudio de mercado y factibilidad financiera del acceso a servidores de contenido para la Empresa TRANSNEXA S.A. E.M.A. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/7035/AC-AE-ESPE-047332.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tracy, B. (2004). Metas. *San Francisco: Ediciones Urano*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fcampusvirtual.iep.edu.es%2Frecursos%2Frecursos_premium%2Fprograma-habilidades%2Fpdf%2Fgrandes_vendedores%2Fcontenido%2Fmetas.pdf&clen=295923&chunk=true
- Thomaz, G. M., Biz, A. A., & Gândara, J. M. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(1), 102-119.
- Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente. *Rev Med (Bolivia)*, 6, 31. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.procase.cl%2FDemos%2Ftmk%2Fdocs%2FSatisfacci%25C3%25B3n%2520al%2520Cliente.pdf&clen=147387&chunk=true
- Valdés, A. S., & Martínez, E. E. V. (2015). Turismo sustentable. Un acercamiento a su oferta. *Multiciencias*, 15(3), 347-354.
- Westwood, J. (2016). *Preparar un plan de marketing*. Profit Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ADcBDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=plan+de+marketing&ots=NbNzY6UR5z&sig=Uq-IU9mycSWVpVDkA9nQ-xvmTsU#v=onepage&q=plan%20de%20marketing&f=false>

ANEXOS

Anexo 1. Propuesta

1. Título

Plan de marketing para el incremento de turistas en la parroquia Puela del cantón Penipe.

2. Introducción

La presente propuesta se ha realizado con el objetivo de incrementar el número de turistas en la parroquia Puela, para lo cual se ha realizado un trabajo de investigación donde se ha evidenciado una deficiente difusión turística de los atractivos, provocando que exista desconocimiento de los mismos por parte de los turistas. Es evidente que a nivel mundial en el sector turístico la promoción y el marketing es un asunto primordial en cuando se refiere a dar a conocer ciertos lugares y servicios, al hablar de promoción turística contempla la difusión de un destino turístico. Es decir, llevar a cabo acciones necesarias con el objetivo de dar a conocer un lugar. Para ello, es importante fijarse los objetivos de promoción, es decir, cómo queremos que el turista perciba nuestro destino. Asimismo, es importante tener en cuenta tanto la inversión económica, como de tiempo para obtener los resultados que se desea. También hay que señalar que en las encuestas aplicadas se evidenció la necesidad de implementar un plan de marketing para el incremento de turistas dentro de la parroquia, mismo que ayudará al desarrollo turístico del sector. Por lo que concluimos que es muy favorable el diseño de un plan de marketing turístico que esté compuesto por varios elementos, entre ellos tenemos material publicitario y estrategias de marketing, dicho plan contribuirá al desarrollo turístico y económico de la parroquia Puela mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Diseñar un plan de marketing para el incremento de turistas en la parroquia Puela del cantón Penipe.

3.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la situación turística actual de la parroquia Puela del cantón Penipe.
- Determinar la metodología para el diseño de un Plan de Marketing para la parroquia Puela del cantón Penipe.
- Crear estrategias de promoción turística de los atractivos que posee la parroquia Puela.

4. Antecedentes

Para el desarrollo de la propuesta se tomó en cuenta varias investigaciones desarrolladas por diferentes autores entre ellos tenemos el desarrollo por Christian Eduardo Rodas Falconí en su investigación titulada “El marketing estratégico y las ventas de la empresa Casa del Riego de la ciudad de Riobamba- Ecuador”, en el año 2020 en la Universidad Nacional de Chimborazo de la ciudad de Riobamba donde propone: determinar como el marketing estratégico incide en las ventas de la empresa Casa del Riego, se puede identificar el nivel de

ventas de la empresa para implementar nuevas estrategias o actualizar las estrategias tradicionales y con esto determinar si estas mismas permitirán el desarrollo correcto de la empresa y mejorar el nivel de ventas.

En la investigación se puntualizan los problemas que existen por el manejo inadecuado de estrategias de la empresa y que afectan al desarrollo de la misma. En la investigación se utilizó el método hipotético deductivo el cual nos permite obtener una hipótesis en base a teorías emitidas por expertos en la temática, una investigación explicativa, de campo y bibliográfica o documental, es una investigación no experimental no experimental, se realizó una muestra de la población total de la empresa la cual concierne a los clientes que pertenecen a la empresa que corresponde a 147 clientes.

Finalmente tras los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa Casa del Riego, se identificaron que la empresa no realiza un manejo adecuado del marketing estratégico careciendo de estrategias actualizadas que permitan el incremento sobre el nivel de ventas, es por ello que realice varias estrategias que se deberían implementar en la empresa y de esta manera a través de su uso se logre obtener buenos resultados y que la empresa se posicionen como una empresa líder en el mercado.

De igual forma Ayovi Mezza, Lisette Dayana en su investigación titulada “Diseño de un Plan de Marketing Turístico para el cantón Puerto Quito, provincia de Pichincha periodo 2017” en el año 2017, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo donde propone: tiene como objetivo dotar estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la gestión turística del cantón.

La metodología utilizada se basa en la aplicación de encuestas, a través de un cuestionario de preguntas no disfrazado aplicada a turistas que visitan el cantón Puerto Quito, además de una entrevista realizada a la Directora de Turismo del GADM, además de la elaboración de la matriz FODA que permitió conocer la situación actual del turismo del cantón, determinándose en base a los resultados obtenidos que existe la necesidad de la creación e implementación de estrategias que contribuyan a incrementar la demanda de turistas, según el diagnóstico situacional Matriz MEFI arrojó un puntaje bajo en su análisis interno al no contar con planes de marketing turístico no estructurados, falta de promoción turística y la mala distribución de los recursos, estos y otros factores provocan que las fortalezas obtengan un puntaje menor.

La propuesta se fundamenta en realizar una reingeniería de la marca cantón, como también la creación de vallas publicitarias ubicadas en las vías del Ecuador con la finalidad de promover el turismo dentro de la población, estrategias que ayudan a difundir y fortalecer el potencial turístico que posee Puerto Quito, provincia de Pichincha. Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal y a los moradores la implementación del plan de marketing turístico que contribuya al crecimiento continuo, desarrollo y progreso del potencial turístico del cantón.

5. Beneficiarios

Los principales beneficiados serán los habitantes que conforman la parroquia Puela, el cantón Penipe y la provincia de Chimborazo.

6. Metodología para el Diseño de un Plan de Marketing

La presente propuesta del diseño de un plan de marketing para el incremento de turistas en la parroquia Puela del cantón Penipe se ha diseñado en base a la metodología establecida por algunos autores por lo que se ha visto necesario dar a conocer los mismos.

Se ha tomado en cuenta la metodología establecida por el autor Pablo Vidal Fernández titulado “Metodología para la Elaboración de un Plan de Marketing Online” donde explica la metodología necesaria para la elaboración de un plan de marketing online, evidenciando como mediante el uso de las técnicas y estrategias del marketing tradicional y el complemento de las herramientas y las plataformas digitales, se puede lograr crear un plan capaz de alcanzar los objetivos fijados en una campaña de marketing digital.

Elaborar una metodología para la creación de un plan de marketing digital, pretende complementar lo mejor del marketing tradicional y el marketing online, entendiendo ambas partes como complementarias y no excluyentes. Al estar en un proceso de transición hacia el mundo digital, muchas empresas elaboran por un lado su plan de marketing offline e independientemente de este, crean sus estrategias digitales. Este tipo de tácticas o modelos de negocio no suelen tener éxito, debido a que el cliente ve a las organizaciones como un solo ente, en el que todo aquello que ofrecen y la manera en la que buscan transmitirlo, está integrado en una sola plataforma, siendo complicado y desaconsejable no alinear objetivos comunes y fusionar ambas estrategias.

El marketing digital se fundamenta en los principios básicos del marketing tradicional, lo que implica que no reemplaza a éste, sino que además de conseguir un mayor alcance y difusión, permite, por ejemplo, una mayor precisión en lo referente a la medición de resultados, y un abanico mucho más amplio en términos de segmentación de mercado, gracias a herramientas y datos que proporcionan las redes sociales o internet.

Si se realiza una comparación entre lo tradicional y lo digital, se puede concluir que, aunque muchos elementos del marketing tradicional han sido reemplazados por actualizaciones acorde al mundo en que vivimos, en su mayor parte todo está basado en teorías y sistemas clásicos, por lo que es conveniente volver a recalcar en la complementariedad de ambos planes.

El objetivo de este trabajo es el desarrollar una metodología integradora en el que se logren mezclar los elementos necesarios de las concepciones clásicas del marketing con las nuevas corrientes del marketing digital, de modo que se obtenga como resultado un plan de marketing completo y práctico. Para la elaboración de dicho plan, se establecerá un orden lógico, en cuanto a las acciones que se han de ir realizando, en el que se detallaran tanto los pasos a seguir en cada parte del plan, como los objetivos que se pretenden con cada fase. De esta manera al finalizar dicho proceso, el usuario podrá tener las nociones básicas suficientes como para adaptar este sistema a su propio plan de empresa.

Figura 1. Metodología para el diseño de un Plan de Marketing



Elaborado por: Valeria Ruiz

7. Diagnóstico de la situación actual de la parroquia Puela

7.1. Descripción y Reseña histórica

Figura 2. Parroquia Puela. Vista del Volcán Tungurahua



Fuente: GAD Parroquial de Puela

Por fuente de la señora Carmen Alarcón, Puela se conoce que sus primeros habitantes fueron aborígenes descendientes de los Puruhás, tribu valiente y guerrera que habitó en toda la provincia de Chimborazo a los que se les dio el nombre de Puelas, de cuyo nombre se deriva el nombre de la parroquia. Cuando el Ecuador se independizó del dominio español el 24 de mayo de 1822, se cree que algunos españoles no pudieron regresar a su patria, entonces se refugiaron en lugares apartados de las ciudades y así llegaron a establecerse en esta tierra, he ahí la justificación del por qué no existe en el medio la raza indígena pura.

Por referencias de personas amantes de su tierra, que no han olvidado lo que en su niñez oyeron referir a sus abuelos y hasta bisabuelos donde las tradiciones, cuentos y leyendas fueron muy cotidianas, se sabe que más o menos en el año de 1793 un General español llamado Genérico Mantilla, organizó a los habitantes que encontró en este suelo y lo designó a Cabildo como los españoles políticamente dividieron a sus colonias en América. De ahí es que su fecha de nacimiento es muy antigua, va paralela al nacimiento de parroquias vecinas como: Bayushig, Matus y Penipe que fue fundado por el español Don Lorenzo de Cepeda pariente de Santa Teresa de Jesús el mismo que fundó la parroquia hace muchos años quizá en la época colonial.

Se ha tomado como fecha de su nacimiento la que consta en el Registro Oficial que es el 29 DE MAYO DE 1861. Su fundación eclesiástica se sabe que fue en 1844 fecha en la cual el Señor Párroco Fernando Paredes lo elevó a parroquia eclesiástica, denominándola SAN MIGUEL DE PUELA, permaneciendo como sacerdote hasta 1886. Es así que siendo una de las parroquias más antiguas de la Provincia, constituida legalmente el 29 de mayo de 1861, se encuentra ubicada a una altitud de 2480 metros sobre el nivel del mar.

Al norte del cantón Penipe, su suelo es bastante inclinado y ocupa la vertiente interna de la cordillera de los Andes y la falda sur del volcán Tungurahua; sus límites al Norte desde la afluencia de la quebrada Santo Domingo en el río Chambo, aguas arriba, oeste – este Quebrada Morocha o Quebrada Seca hasta la antigua carretera a Baños, seguido la carretera a Baños sur-norte hasta la quebrada Rea, aguas arriba oeste – suroeste hasta la cumbre del volcán Tungurahua; de estas nacientes, el divisor al sur-este hasta alcanzar los orígenes de la quebrada La Pirámide o Achupallas en el volcán Tungurahua, del volcán Tungurahua, el divisor al sur – este, que pasa por las nacientes de la quebrada Arenal

Centro geométrico de la laguna de Minzas, cumbre del cerro de las Flautas y su extensión orográfica hasta la altura latitudinal de las nacientes del Río las Flautas. Al este de estas nacientes, el divisor de Flautas hacia el sur, hasta el origen central del río el Sigsal. Al sur, de este origen central, el curso del río Sigsal, aguas abajo, hasta la confluencia con el río El Laurel, formadores del río Puela; el río Puela, aguas abajo, hasta su confluencia con el río Badcaguán, formadores del río Chambo. Al Oeste, de esta confluencia, el río Chambo, aguas abajo, hasta la afluencia de la quebrada Quilluyacu. Puela cuenta con atractivos turísticos muy destacados como son las aguas termales y minerales, lagunas y páramos que

nos brinda la naturaleza para compartirlas y disfrutarlas. La primera vía de Riobamba a Baños, tuvimos el honor, la satisfacción y la alegría de que pasara por nuestro Puela, El Manzano y Choglontús, carretera que fue abierta a base de mingas de la gente que trabajaba por ver surgir a la tierra que tanto anhelamos, llegando a pasar el primer vehículo en el año de 1948.

Puela y sus comunidades luego de haber sido azotada por las erupciones del volcán Tungurahua en los años de 1886 y 1916, desolando por completo la naturaleza, sus habitantes sin perder la esperanza e insistentes, trabajaron por lograr una tierra que brinde sus frutos y superar la tragedia de aquellos días desesperados cuando veían lo que quedaba de sus tierras que les mantenían. La máxima Autoridad de la parroquia en ese tiempo el Sr. Guillermo Mazón a través de Misión Andina, Manzano y Anabá que fueron primero un caserío.

Se fundó jurídicamente como comunidades en el año de 1965, y es así que siendo jurídicas las comunidades se empieza a seguir gestionando obras como dispensario de salud, luego se fundó el Seguro Social Campesino en 1975, en ese tiempo se utilizaba candiles ya que no existía luz y el agua se lo acarreaba desde el río Puela ya que tampoco se contaba con este servicio. Misión Andina y con sus mingas se logró obtener el agua entubada, posteriormente se consiguió la luz y con el IEOS y el Ing. Jorge Almeida, Técnico del proyecto se logró obtener ya el agua potable que abarcó todas las comunidades. Además, contamos con un canal de riego que a base de mingas hemos mantenido y debemos mantenerlo para el desarrollo agrícola, frutícola y ganadero.

En el año de 1999, otra vez Puela es azotada con la reactivación del volcán Tungurahua, poniendo en desestabilización a la parroquia y desde ahí hemos venido teniendo constantes emisiones de gases y de ceniza, dándose así reactivaciones cada 6 meses promedio, pero a pesar de este proceso eruptivo que estamos atravesando se sigue trabajando para el desarrollo de la parroquia, como en el año 2004 se logró conseguir el lastrado de la carretera que une a las comunidades vecinas y el centro poblado. Luego de la pérdida de vidas humanas de la parroquia Puela y nuestra vecina parroquia El Altar en el año 2006 hemos aprendido a convivir con nuestro amigo el volcán y a estar preparados ante cualquier eventualidad de mayor intensidad.

Irónicamente el 28 de mayo del año 2010 en las vísperas del aniversario de sus 150 años de parroquialización, Puela es nuevamente sorprendida con la furia del volcán Tungurahua haciéndose sentir y teniendo que las Autoridades tomar medidas de protección con su gente por lo que se tuvo que salir a los sectores aledaños para salvaguardar las vidas humanas, que grato saber en esos momentos autoridades, amigos, conocidos y desconocidos dieron su apoyo inmediatamente, vimos llegar transportes de la cooperativa Bayushig que es del sector y otras cooperativas de la provincia, así como también carros particulares, era un sentimiento de tristeza pero a la vez de alegría al saber que la gente de Puela no está abandonada, sin embargo a pesar de la situación no nos desmoralizamos y toda la parroquia

se hizo presente al día siguiente para juntos celebrar sus 150 años de aniversario, en ese día recordamos como al desarrollarse la tradicional Sesión Solemne escuchábamos el sentir de nuestra amiga Tungurahua y al son de broma decíamos que ella disfrutaba junto a nosotros nuestro aniversario pero eso para gente de nuestra Tierra mientras que a las Autoridades no les agradaba el escuchar el rugir de la mama Tungurahua.

Bueno en fin son anécdotas que se ha vivido y se ha palpado, y para los Pueleños no ha sido esto un muro para no poder seguir adelante y luchar por un porvenir mejor y que mejor que en nuestra tierra natal, es así que con el apoyo de las Autoridades se ha logrado tener un tractor agrícola para la reactivación de la producción, para apoyo en alimento de ganado se cuenta con picadoras para la realización de ensilajes y porque no decir se ha realizado proyectos productivos para el sector vulnerable y se está rescatando el turismo que es una fuente de progreso, con mingas y organizando una Asociación Turística.

Realizando varias reuniones para definir nuestro escudo, bandera e Himno cada uno con un valioso significado ya que contiene las riquezas de que gozamos, así como las adversidades que hemos tenido que pasar pero que de hoy en adelante nos dará mayor fuerza y valentía para luchar y alcanzar las metas que nos proponemos, ya que el volcán Tungurahua no nos ha impedido ni nos impedirá seguir luchando por la tierra que queremos y que nos vio nacer, ya que Puela es una Tierra de Luchadoras y Luchadores (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Puela, 2019).

7.2. Acta de creación y parroquialización

Puela es una de las parroquias más antiguas de la Provincia, según la ley de división territorial expedida por la Convención Nacional del 29 de Mayo de 1.861, sancionada por el ejecutivo el mismo día, publicada en el folleto de 1.861 que crea la provincia de Tungurahua integrada entre otras por el Cantón Pelileo, a damas crea las parroquias Ilapo, Penipe y Puela; en el Cantón Guano de la Provincia de Chimborazo, se encuentra ubicada a una altitud de 2.480 m.s.n.m, ubicada al Norte del Cantón Penipe.

La parroquialización de Puela está publicada en el Registro Oficial número 350 de fecha 22 de abril de 1897. La Parroquia empezó a formar parte de Penipe cuando este paso a ser cantón en la fecha de 9 de febrero de 1984 según la publicación del Registro Oficial número 680, 9-II-1984 (PDOT Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela, 2018).

7.3. Símbolos parroquiales

a) Bandera

El color verde representa la abundante naturaleza que existe en la parroquia, el color amarillo cruzado por una franja que representa la riqueza de la producción tanto agrícola como pecuaria y en el medio el escudo de la parroquia (PDOT Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela, 2018).

Figura 3. Bandera de la parroquia Puela



Fuente: PD OT GAD Parroquial de Puela

b) **Escudo**

Figura 4. Escudo de la parroquia Puela



Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

- Color verde: representa la abundante naturaleza que existe en la parroquia.
- Color amarillo: representa la riqueza de la producción tanto agrícola como pecuaria.
- Las espadas: significan un pueblo luchador que sigue adelante a pesar de las diversidades.
- Las cuatro estrellas: significan las cuatro comunidades legalmente constituidas las cuales son El Manzano, Anabá, Pungal y la Cabecera Parroquial.
- Plantación de maíz: principal producto agrícola que se produce en las comunidades.
- Cuerno de la abundancia: da a conocer que aun azotado por la naturaleza es una tierra productora.
- Los pastizales y el ganado: representan la principal actividad pecuaria de la zona.

- El Volcán Tungurahua en actividad, los bosques primarios y el Río Puela: forman parte de los atractivos naturales que posee la parroquia (PDOT Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela, 2018).

c) Logo y eslogan

El logo de la parroquia es el Volcán Tungurahua escrito Puela con letras verdes y su eslogan es “Tierra de Luchadores” porque pese a los desastres naturales la población siempre sale adelante con esfuerzo y dedicación (PDOT Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela, 2018).

Figura 5. Logo y slogan de la parroquia Puela



Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

7.4. Características generales del territorio

Tabla 11. Datos Generales

	Datos Generales
Población	622 habitantes
Extensión	7590,99 has
Límite político administrativo:	Norte: Parroquia Bilbao y Provincia Tungurahua Sur: Parroquia El Altar Este: Provincia Morona Santiago Oeste: Río Chambo, cantón Guano
Cantón y Provincia a que pertenece	Cantón Penipe, provincia de Chimborazo
Rango altitudinal	Entre 2.500 y los 5.424 msnm.
Clima y precipitación	Promedio anual de temperatura: 12 a 15°C Promedio anual de precipitación: 600 mm Humedad relativa: 96.8%.

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

7.5. Disponibilidad de servicios básicos y de vivienda

Tabla 12. Disponibilidad de servicios básicos de agua, electricidad y saneamiento básico en las comunidades de la parroquia de Puela.

Comunidad	Servicio de agua de consumo humano y uso doméstico						Servicio de energía eléctrica		Servicio de alcantarillado		Servicio de recolección de basura	
	Disponibilidad		Forma de aprovisionamiento				Si	No	Si	No	Si	No
	Si	No	Red pública	Agua entubada	Carro repartidor	Pozos propios						
El Manzano	x			x			x			X		x
Pungal	x			x			x			x		x
Anabá	x			X			x		x			x
Cabecera Parroquial	x			X			x		x			x

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

a. Disponibilidad de servicios básicos de comunicación

Tabla 13. Disponibilidad de servicios de comunicación

Comunidad	Servicio de telefonía fija			Servicio de telefonía móvil			Servicio de locales multiservicios	
	Si	No	Nº. de familias que cuentan con el servicio	Si	No	Nº. de familias que cuentan con el servicio	Si	No
	El Manzano	x		04	x		20	
Pungal		x	0	x		71		x
Anabá	x		08	x		32		x
Cabecera Parroquial	x		10	x		47		x

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

b. Acceso a programas de vivienda

Tabla 14. Acceso a programas de vivienda en las comunidades de la parroquia de Puela

Comunidad	Acceso a programas de vivienda	
	Si	No
El Manzano	X	
Pungal	X	
Anabá	X	
Cabecera Parroquial	X	

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

En las cuatro comunidades de la parroquia existe numerosas familias que han sido beneficiadas por programas de viviendas, debido a que por los problemas generados por el volcán Tungurahua han tenido que ser evacuados, de tal forma que el gobierno ha brindado apoyado en la construcción de viviendas donde podrán habitar sin temor de las actividades volcánicas, además, se ha colaborado con ayuda para el cambio de techos y cubiertas que han sido destruidas por la caída del cascajo.

c. Disponibilidad y características del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico

Tabla 15. Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en las comunidades de la parroquia de Puela.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano		Nombre del sistema
	Si	No	
El Manzano	X		El Batán - Puela
Pungal	X		El Batán - Puela
Anabá	X		El Batán - Puela
Cabecera Parroquial	X		El Batán - Puela

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

d. Disponibilidad y caracterización del servicio de saneamiento básico y manejo de desechos sólidos

Tabla 16. Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas

Comunidad	Número de familias con alcantarillado	Número de familias con pozo séptico	Número de familias que disponen las aguas servidas directamente sobre ríos y quebradas
El Manzano		58	
Pungal		81	
Anabá	11	27	
Cabecera Parroquial	52		

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

En la comunidad de Anabá la cobertura de alcantarillado solo abastece a los hogares que se encuentran en la vía principal mas no al resto de la población, en cambio en la Cabecera Parroquial la cobertura del alcantarillado es en su totalidad debido a que las viviendas están agrupadas y esto ha facilitado para brindar este servicio con mayor eficacia.

e. Manejo de desechos sólidos

Tabla 17. Formas de disposición de los residuos sólidos

Comunidad	Disponibilidad del servicio de recolección de basura						Otras formas de disposición de residuos					
	Desechos hospitalarios		Desechos domiciliarios		Desechos industriales		Tanques recolectores		Aprovechan los residuos orgánicos		Aprovechan los residuos inorgánicos	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
El Manzano		X		X		X		X	X			X
Pungal		X		X		X		X	X			X
Anabá		X		X		X		X	X			X
Cabecera Parroquial		X	X			X		X	X			X

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

f. Disponibilidad de servicios de electricidad

Tabla 18. Disponibilidad del servicio de electricidad en las comunidades de la parroquia

Comunidad	Disponibilidad del servicio de electricidad	
	Si	No
El Manzano	X	
Pungal	X	
Anabá	X	
Cabecera Parroquial	X	

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

g. Servicios de educación disponibles

Tabla 19. Disponibilidad de instituciones de educación en las comunidades de la parroquia

Comunidad	Nombre de la institución	Tipo de institución		Nivel de formación ofertado			Jornada			Idioma				
		Fiscal	Fiscomisional	Municipal	Privada	Preescolar	Primaria	Ciclo básico	Bachillerato	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe
Cabecera Parroquial	Cristóbal Colón	X				X	X	X		X			X	

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

h. Población en las instituciones de educación

Tabla 20. Población en las instituciones de educación en las comunidades de la parroquia

Comunidad	Nombre de la institución	Número de alumnos/ alumnas		Números de profesores		Programas de alfabetización		Programas de post-alfabetización					
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Disponibilidad		Hombres	Mujeres	Disponibilidad		Hombres	Mujeres
						Si	No			Si	No		
Cabecera Parroquial	Cristóbal Colón	64	53	10	4		X				X		

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

i. Servicios de salud

Tabla 21. Disponibilidad de servicios de salud en las comunidades de la parroquia

Comunidad	Nombre de la institución	Forma de administración						Tipo de institución							
		Pública MSP	IESS	Privado	ONG	Seguro Campesino	GAD Provincial	Sub centro de salud	Centro de salud	Hospital público	Dispensario público	Consultorio privado	Unidad móvil	Clínica	Hospital privado
El Manzano	Seguro Social Campesino El Manzano					X				X					
Cabecera Parroquial	Dispensario Médico	X								X					

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

7.6. Descripción de los principales atractivos turísticos de la parroquia Puela

7.6.1. Río Puela

Figura 6. Río Puela



Fuente: Ruiz, V. 2021

El Río Puela se encuentra localizado a 2 metros de distancia Noreste de la parroquia Puela y 3 m Noroeste de la comunidad de Palictahua. Este río recoge las aguas desde las faldas del volcán Tungurahua y del sistema hídrico que nace del nevado El Altar. El nacimiento del Río Puela se da de la Unión de los Ríos Naranjal y Tiacos, siendo su caudal torrentoso y su agua cristalina. La dimensión de orilla a orilla es de 9 metros y no de gran

profundidad en verano, pero en invierno este río cobra mucha fuerza y su caudal es muy grande de 15 a 20 m³/s. En este río se pueden realizar actividades como: el deporte extremo tubing, previamente contando con un instructor y el equipo adecuado para este deporte, fotografía e interpretación ambiental.

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2300 a 3300 m.s.n.m

Temperatura: 13 a 15°C

Precipitación pluviométrica: 500 a 1000 mm

Centro urbano cercano

Parroquia Palictahua: 1 km

Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.6.2. Aguas Termales

Figura 7. Aguas termales



Fuente: Ruiz, V. 2021

Se encuentra al nororiente de la comunidad Pungal de Puela, a 3 Km del centro de operaciones del complejo turístico del Ojo del Fantasma. Estas aguas tienen origen subterráneo y son producto de la actividad volcánica del Tungurahua. Presentan coloración

amarilla con una temperatura que oscila entre los 25 a 40°C, debido a la presencia de sulfuros y elementos férricos. Sus aguas contienen sulfatos disueltos. Además, podemos apreciar diversidad de flora como: helechos compuestos (*epiphytas spp.*), *phryophitas spp* y la presencia de ciertas especies de aves como: tangará (*tangara vadorii*); chingolo (*zonotichea capensis*), pájaro brujo (*cardelis megelanica*).

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2844 m.s.n.m

Temperatura: 15°C

Precipitación pluviométrica: 1000 mm

Centro urbano cercano

Sector Punzupala: 8 km

Ubicación

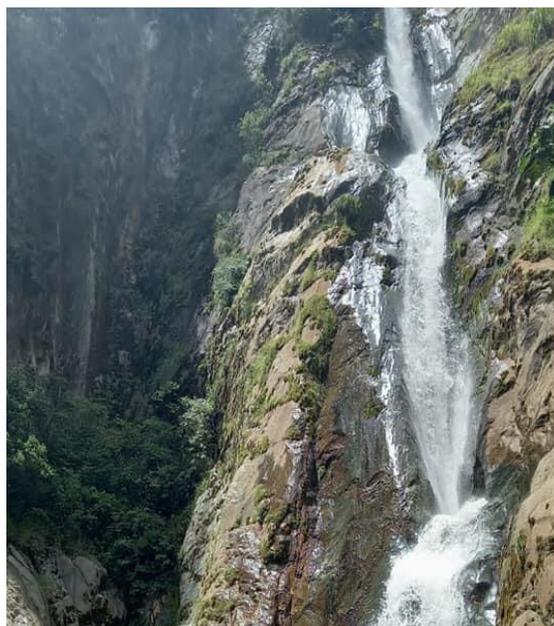
Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.6.3. Cascada El Tambo

Figura 8. Cascada El Tambo



Fuente: Ruiz, V. 2021

Se encuentra, en la comunidad de Pungal de Puela a 1 Km del complejo turístico del Ojo del Fantasma, a este sector se le denomina “El Tambo”. Es una cascada con una caída de agua aproximadamente de 10 metros, cuya belleza escénica es espectacular y de la cual provienen místicas historias. Se origina de la Cascada Ojo del Fantasma al pasar por diferentes ramales hasta formarse la Cascada del Tambo desembocando al Río Puela.

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2533 m.s.n.m

Temperatura: 15°C

Precipitación pluviométrica: 500 mm

Centro urbano cercano

Parroquia Puela: 5 km

Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.6.4. Cascada del Ojo del Fantasma

Figura 9. Cascada del Ojo del Fantasma



Fuente: Ruiz, V. 2021

Se encuentra al noroeste de la comunidad de Pungal de Puela, en el sector denominado El Tambo, en las faldas del volcán Tungurahua. La cascada del “Ojo del Fantasma” se llama

así, debido a la formación rocosa por donde pasa un riachuelo; vista desde la base de la cascada se asemeja a un ojo. Además de su fantástica forma, existen creencias místicas de adoración a los dioses y rituales que se practicaban para poder ingresar a la cascada y así recibir buenas energías.

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2561 m.s.n.m

Temperatura: 13°C

Precipitación pluviométrica: 800 mm

Centro urbano cercano

Aguas termales: 1 km

Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.6.5. Volcán Tungurahua

Figura 10. Volcán Tungurahua



Fuente: Ruiz, V. 2021

También conocida como Nevada, Real, Blanca, Isabel se halla inmerso en el Parque Nacional Sangay. Es un volcán de forma cónica y hoy en día en actividad, es uno de los principales picos de la cordillera Oriental de los Andes. Este volcán activo ofrece una excelente vista del paisaje andino y de páramo y constituye la elevación con menos dificultad de ascenso que el resto de montañas del país. Los pisos vegetales se escalonan de acuerdo con la altitud, desde bosques a páramos y neveros. El volcán Tungurahua, destaca por su belleza escénica y por la gran variedad de formaciones vegetales que se van conformando a medida que avanza la altura de este coloso, los paisajes, formaciones geológicas, saltos de

agua y lagunas se constituyen otra alternativa que complementan el paisaje que ha sufrido variaciones pero que conserva su esencia natural.

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2300 a 3300 m.s.n.m

Temperatura: 13 a 15°C

Precipitación pluviométrica: 500 a 1000 mm

Centro urbano cercano

Parroquia Puela: 5 km

Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.6.6. Cascada del Batán

Figura 11. Cascada del Batán



Fuente: Ruiz, V. 2021

La cascada Del Batán se encuentra en la vía de tercer orden de la comunidad Pungal de Puela en el sector Ipaguay, para llegar al atractivo, es necesario caminar una hora y media aproximadamente desde la carretera principal donde nos dejan los buses de la Cooperativa Bayushig, que van hacia la cabecera Parroquial de Puela. También se puede llegar en

vehículo particular aproximadamente son 2 Km desde la comunidad de Pungal de Puela, continuar por el sector de Ipaguay hasta el atractivo.

La cascada del Batán es una fuente de riqueza natural cuyas aguas son cristalinas con propiedades minerales, sus estribaciones son rocosas; mide aproximadamente 12 m. de altura, este es un ramal que desemboca en el río Puela, además esta caída de agua pasa por una canal de riego, que está a 1 Km de distancia de la cascada y sirve de regadío para los cultivos de la comunidad de Pungal de Puela de la zona baja.

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2699 m.s.n.m

Temperatura: 12°C

Precipitación pluviométrica: 800 mm

Centro urbano cercano

Punzupala: 2 km

Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.6.7. Cascada la Morocha

Figura 12. Cascada La Morocha



Fuente: Ruiz, V. 2021

Está ubicado en la Comunidad de Pungal de Puela, en el sector Punzupala a 2 km de la Cascada del Batán. Es una cascada rocosa que mide aproximadamente 8 metros de altura;

la parte superior de la cascada tiene forma de óvalo, su agua es cristalina y fría. Cuando los rayos de sol penetran se crea un espejo de agua que es muy llamativo y novedoso. Al rededor de la cascada encontramos gran variedad de flora como: helechos compuestos (*epiphytas*), orquídeas (*orquidaceae spp*). Entre las aves tenemos golondrinas (*petrochelidon pyrrhonota*), pájaros brujos (*pyrocephalus rubinus*).

Elementos y Factores del Clima

Altitud: 2700 m.s.n.m

Temperatura: 13°C

Precipitación pluviométrica: 600 mm

Centro urbano cercano

Sector Ipaguay: 3 km

Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Penipe

Parroquia: Puela

7.7. Atractivos turísticos naturales

Tabla 22. Resumen de los atractivos turísticos naturales

No	Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Observación
1	Cascada del Batán. (Comunidad Pungal de Puela)	Sitio natural	Río	Cascada	I	La cascada del Batán tiene es una caída de agua cristalina y un olor agradable, posee estribaciones rocosas; mide aproximadamente 12 m. de altura, este ramal que desemboca en el río Puela
2	Cascada La Morocha. (Comunidad Pungal de Puela)	Sitio natural	Río	Cascada	II	Es una cascada rocosa que mide aproximadamente 8 metros de altura; la parte superior de la cascada tiene forma de óvalo, su agua es cristalina y bien fría. Cuando los rayos de sol penetran se crea un espejo de agua que es muy llamativo.
3	Cueva de los Tayos. (Comunidad Pungal de Puela)	Sitio natural	Fenómenos espeleológicos	Cueva	II	Esta cueva tiene una altura de 6 metros encontramos a los tayos son aves nocturnas con ojos saltones que reflejan intensamente la luz cuando se les alumbra, permanecen inmóviles, generalmente con los ojos cerrados.
4	Aguas termales. (Comunidad Pungal de Puela).	Sitio natural	Aguas subterráneas	Aguas Termales	I	Son vertientes de agua caliente curan dolencias de reumas, dolores musculares, torceduras; debido a su alto contenido de azufre esta vertiente sale desde las profundidades del volcán Tungurahua.

5	Cascada del Tambo. (Comunidad Pungal de Puela).	Sitio natural	Río	Cascada	I	Es una cascada con una caída de agua aproximadamente 10 metros, de belleza escénica espectacular y de la cual provienen místicas historias.
6	Cerro Montirón (Comunidad de Manzano).	Sitio natural	Montaña	Mirador	I	El cerro conforma un mirador natural donde se puede observar el poblado del Altar y Palictahua, los volcanes que la rodean como el Altar y el Tungurahua. Entre las especies arbóreas encontramos capulí y muelle; las arbustivas como chilca, tuna, cabuya, sigse y paja. Se puede apreciar variedad de aves como gorriones, mirlos y tórtolas.
7	Río Puela. (Comunidad Pungal de Puela).	Río	Rápidos	Río	I	El río Puela tiene un buen caudal, su agua es cristalina y helada. Cuando llueve este río crece que llega hasta 4 m de altura, puede realizar Tubing.
8	Cascada del Ojo del Fantasma. (Comunidad Pungal de Puela).	Sitio natural	Río	Cascada	II	El ojo del Fantasma se lo llama así, a la formación rocosa por donde pasa un riachuelo, vista desde la base de la cascada se asemeja a un ojo. Además, debido a su fantástica forma, existen creencias místicas de adoración a los dioses.
9	Volcán Tungurahua. (Comunidad Pungal de Puela).	Sitio natural	Montaña	Volcán	III	Volcán de forma cónica y hoy en día en actividad, es uno de los principales picos de la cordillera Oriental de los Andes. También conocida como Nevada, Real, Blanca.

Fuente: PDOT GAD Parroquial de Puela
Elaborado por: Ruiz, V. 2021

8. Análisis FODA

El análisis FODA ayudará a conocer los aspectos internos y externos en cuanto a la situación actual y la problemática que gira en torno a la parroquia Puela.

Tabla 23. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Atractivos naturales y culturales.• Habitantes de la parroquia Puela amables y muy buenos anfitriones.• La parroquia cuenta con un Plan de Ordenamiento Territorial.• Ubicación privilegiada y clima perfecto para realizar actividades deportivas.• Riqueza de flora y fauna propia del lugar• Seguridad.	<ul style="list-style-type: none">• Algunos atractivos no cuentan con servicios básicos para recibir a los turistas.• Manejo inadecuado de la promoción y comercialización de los atractivos turísticos de la parroquia Puela.• Escasos proyectos turísticos en marcha.• Pocos servidores turísticos en operación.• Estrategias de fidelización deficientes.• Poca innovación y valor agregado en el servicio.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Reactivación Turística• Área con gran potencial turístico para la inversión pública o privada.• Popularidad de actividades relacionadas con el turismo de naturaleza.• Crecimiento del nicho de mercado.• Temporalidad• Feriados nacionales.	<ul style="list-style-type: none">• Pandemia del covid-19• Disminución del poder adquisitivo en la demanda turística.• Poca asignación de recursos económicos para el desarrollo turístico del sector.• Deterioro acelerado de las vías por falta de mantenimiento.• Desastres naturales.• Competencia.

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

9. Análisis PESTEL

Para el desarrollo de la propuesta se realizará un análisis PESTEL de la parroquia Puela, el mismo tiene la finalidad de incluir todos los aspectos en diferentes ámbitos que permita verificar la situación actual en la que se encuentra la parroquia el Puela y con una visión más amplia poder proponer estrategias de marketing que ayuden a mejorar el desarrollo turístico de la zona. El análisis PESTEL está compuesto de seis factores fundamentales tales como: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, los mismos que analizaremos cada uno a continuación.

9.1. Análisis Factor Político

Desde el mes de marzo del 2020 en Ecuador inició el proceso de confinamiento que hoy representa una condición mundial. La economía se ve afectada y desde ello la condición social de cada sector, en el turismo se vio negocios que debieron cerrar o realizar una pausa mientras llega un nuevo escenario de calma. Es importante recordar que nos encontramos

aún dentro del impacto generado por el Covid-19 a nivel global, incluido el Ecuador. El turismo se vale de dos mecanismos para comprender su utilidad para la economía: los viajes y la cultura, en este sentido se afectan directamente las cadenas de valor al sector turístico, Luis Falconí, director del Departamento de Turismo de la Prefectura, dijo que “la pandemia hizo números directos en el Ecuador, una pérdida de por lo menos 2.400 millones de dólares, medido según la Organización Mundial de Turismo” durante el período 2019, recayendo sobre los valores de 2020 y se mantienen hasta el período de enero en el año presente. Existen restricciones de movilidad en el turismo receptivo en cuanto al grupo de turistas internacionales que deben presentar las pruebas de Reacción en Cadena de la Polimerasa (PCR) para ingresar al país. Estos condicionamientos dificultan el proceso de reactivación económica para el sector turístico. En cuanto al turismo local las medidas parecen indispuestas para el control de la población y el disparo de un nuevo grupo de contagio de Covid-19.

Muchos son los esfuerzos que se están realizando por la reactivación turística en el sector por su parte el Comité de Gestión Turística Provincial, la Prefectura de Chimborazo elaboró un plan de recuperación “Post-Covid-19”, que, articulado a los protocolos del Ministerio de Turismo, permitirá precautelar y garantizar la salud de los turistas que visiten la provincia desde la reapertura de este sector. Autoridades provinciales presentaron los protocolos generales que establece el Ministerio de Turismo (MINTUR) para el uso de equipos de bioseguridad y medidas sanitarias para establecimientos de alojamiento turístico al momento de su reapertura, como medidas para evitar la propagación del Covid-19. Este planteamiento contempla un proceso de asesoría técnica a los prestadores de servicios turísticos, con el objeto que la brecha de adaptación a las nuevas medidas sea corta y que los establecimientos de esta índole puedan reactivar parcialmente sus actividades en el menor tiempo posible.

El plan de reactivación turística contempla cuatro ejes que son: el proceso de capacitación en coordinación con los GADS parroquiales y cantonales, la articulación con los actores del sector turístico, la promoción de nuestros destinos turísticos (naturaleza, cultural, aventura y gastronomía), y una campaña de concienciación ciudadana sobre las medidas de bioseguridad. El propósito del Gobierno Provincial es respaldar la reactivación económica de estos sectores, que, debido a la emergencia sanitaria, han reportado una pérdida entre 400 a 600 millones de dólares. Como medida adicional, se trabaja en las campañas “Del Productor a tu Restaurante” y “Del Productor a tu Hotel” que permitirá reactivar a la par la economía de los productores y de los servidores turísticos, garantizando además la calidad de los productos que consumirán los turistas.

En el PDOT desarrollado por el GAD parroquial de Puela contempla dentro de su estructura escasamente temas de turismo, pero no existe un estudio a profundidad. Por lo que en la parroquia Puela el turismo no se ha podido desarrollar adecuadamente por falta de apoyo por parte del sector público al turismo cultural y de naturaleza, además eso pasa desde los

pobladores que no tienen conocimientos de turismo ni de los reglamentos y leyes que existen para el desarrollo de la actividad.

9.2. Análisis Factor Económico

El turismo se configura como uno de los principales sectores económicos a nivel internacional, adquiriendo importancia en los países en vías de desarrollo. El objetivo de este ensayo es analizar la situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. El impacto global del Covid-19 genera efectos externos negativos sobre América Latina y el Caribe a través del canal comercial, de términos de intercambio, de turismo y remesas. Por ello, se espera una caída del producto bruto interno (PBI) de -9,1% para la región en 2021. La industria de viajes y turismo, es una de las más afectadas por la pandemia, según el Ministerio del Turismo del Ecuador, la paralización de este importante sector, ha tenido una afectación económica sin precedentes. La recuperación dependerá de tres etapas: etapa de cuantificación, etapa de recuperación y etapa de reactivación del sector turístico. La afectación del sector turístico se pudo ver reflejada por la disminución de los ingresos económicos los cuales fluctuaban de \$458 y \$686 millones, dicha disminución en este ingreso de divisas que se da por el turismo internacional llegó a determinar el impacto negativo en el año 2020, donde se prevé la reducción que iba en \$450 millones en comparación al 2019. El gobierno ecuatoriano por medio del Ministerio de Turismo llega a estimar que aproximadamente \$150 millones de dólares por lo cual sería una afectación que se da por causa de la pandemia del COVID-19 al sector turístico local, lo cual por medio de los cálculos que han sido proyectados a una suma de 540 millones de impacto económico por concepto turístico (ESCAFANDRA, 2020).

Ahora bien, según la Organización Mundial de Turismo los escenarios del turismo internacional en el 2020 han sido catastróficos con un declive en las llegadas de extranjeros de entre el 58% y el 78% en los siguientes escenarios:

- Escenario 1 (-58%) basado en la apertura gradual de las fronteras internacionales y la relajación de las restricciones de viaje a principios de julio.
- Escenario 2 (-70%) basado en la apertura gradual de las fronteras internacionales y la relajación de las restricciones de viaje a principios de septiembre.
- Escenario 3 (-78%) basado en la apertura gradual de las fronteras internacionales y la relajación de las restricciones de viaje solo a principios de diciembre.

El Ministerio de Turismo del Ecuador ha realizado planes y propuestas de reactivación turística, pero lamentablemente no ha tenido los resultados esperados, y el sector privado representado por parte de la Cámara de Turismo ha expresado su malestar y descontento con las políticas poco aplicables e ineficientes para la necesidad real del sector turístico. Es imperante que el estado genere políticas públicas efectivas y que asigne recursos económicos para el turismo de forma inmediata, así se podrá recuperar y fortalecer la situación de miles de empresarios turísticos que están al borde de la quiebra. El desempeño del plan según el Ministerio de Turismo (2020) demostró un crecimiento constante desde el 2008 al 2019, con

un aporte económico en relación al PIB que asciende del 1.7% al 2.2% equivalente a 1'019.000,00 y 2'397.000,00 respectivamente. Además, su contribución en la generación de empleo ha experimentado un aumento de 110.421 a 181.563 miles de empleados ligados a las actividades turísticas. En cuanto a la balanza turística, se contempló un déficit a inicios del plan de hasta 132 millones de dólares, sin embargo, a partir del 2012 se produjo un superávit con tendencia creciente hasta llegar a 637 millones de dólares en el año 2019 por concepto de divisas generadas. Por último, el Valor Agregado Bruto Turístico (VABT) también demostró un crecimiento que va desde el 1.6% hasta el 2%.

9.3. Análisis Factor Social

Los factores socio-culturales son quizá el elemento del entorno que más incidencia pueden tener en el sector turístico. La población de la parroquia se encuentra mayoritariamente concentrada en la zona centro occidental de la parroquia, la cual mayoritariamente se ubica sobre los ejes principales de la vía Penipe - Baños, cuyos asentamientos humanos se ubican entre una altitud entre 2500 y 3500 msnm, siendo el promedio de población por asentamiento humano de 100 habitantes. La cabecera parroquial es: Puela con un número de habitantes de 131 habitantes. La estructura familiar predominante en la parroquia es de jefe de familia hombres, su principal fuente de ingresos es la actividad agropecuaria, con una población económicamente activa de 339 personas. La migración interna mayoritaria se ha dado hacia las ciudades de Riobamba, Quito y Guayaquil y la migración externa hacia el país de España. El número de organizaciones presentes en la parroquia son 19. Y su composición étnica es mayoritariamente mestiza. El patrimonio cultural intangible de la parroquia definido por sus prácticas productivas ancestrales, determina que en la mayoría de las comunidades se realiza la minga en su tradicional cultivo que es el maíz. En la Parroquia Puela debido a que la gente combina lo agrícola con lo pecuario se ha tratado como una sola actividad (agropecuaria) siendo esta la mayor fuente de ingreso de la población con un total de 192 personas que corresponde el 56,64% de 339 pobladores que comprenden la población económicamente activa. La segunda actividad que genera ingresos en la parroquia es la construcción con un total de 56 personas los cuales representan el 16,52% del total de las personas económicamente activas. Esta información se obtuvo mediante una entrevista a 20 niños de la parroquia donde se tuvo como resultado 44 personas como muestra.

9.4. Análisis Factor Tecnológico

Hoteles, aviones, aeropuertos, museos, restaurantes deben reprogramar sus actividades a través del uso de herramientas innovadoras que eviten el contagio del virus COVID-19. La digitalización y el constante avance tecnológico están cambiando nuestra forma de viajar. Definitivamente la gente se puede sentir más segura a la hora de visitar un destino turístico si se implementan herramientas tecnológicas en diferentes aspectos de la gestión turística y de la toma de decisiones, como por ejemplo manejo de visitantes en espacios abiertos y cerrados, distribución de información, nuevas formas de atención al

cliente, sistemas de alerta de riesgos, análisis de segmentos de mercado y comportamiento del consumidor a través de Big Data.

Debido a la cantidad de información que los turistas tienen, el modelo de turismo ha cambiado. Ahora muchos de ellos, prefieren informarse detalladamente de lo que visitan, así como pedir recomendaciones a otros usuarios. Este nuevo modelo de turismo, donde constantemente puedes consultar información desde tu Smartphone, ha permitido que nuevas tecnologías como la realidad aumentada se impongan en este sector. La Realidad Aumentada es una herramienta tecnológica que presenta una nueva manera, potente, original y eficaz de presentar y experimentar nuevas situaciones. Esta tecnología da la posibilidad de conocer el patrimonio cultural de las ciudades, dándole un valor añadido y una información complementaria de la que antes no podíamos disponer. Gracias a la Realidad Aumentada, ahora los turistas pueden experimentar una mayor inmersión además de poder interactuar con los más emblemáticos monumentos y lugares recónditos del Ecuador. Debido a estos avances tecnológicos, existen un gran número de aplicaciones que mezclan la Realidad Aumentada y el Turismo. Desde mapas y guías interactivas que le dan al usuario la capacidad de experimentar y complementar la información de monumentos y lugares en vivo, hasta postales interactivas de Realidad Aumentada, que proporcionan la capacidad de ver aquellos sitios turísticos en Realidad Aumentada, asegurándote, que tu viaje, sea inolvidable. Se están creando, además, desde Smartech Group, otras aplicaciones relacionadas con el turismo facilitando información sobre el transporte, dar entretenimiento relacionado con la gamificación, y aplicaciones que permiten al usuario visualizar y aprender sobre cómo fueron los monumentos más históricos en su época original. De hecho, Smartech Group y Quindetour ya han lanzan al mercado turístico ecuatoriano las postales con realidad aumentada de las principales atracciones turísticas de la ciudad.

9.5. Análisis Factor Ecológico

En cuanto a un análisis exhaustivo del factor ecológico dentro de la parroquia Puela no se reportan acciones graves de impacto ambiental sobre el recurso suelo en las zonas de páramo y del bosque natural dentro de la parroquia es la quema para la limpieza de los terrenos, mientras las acciones que causan mayores impactos sobre el suelo en zonas de pastos y cultivos son el uso de insumos químicos, la práctica de quemar y enterrar basura inorgánica y la quema para limpieza de terrenos. Estas acciones no requieren valoraciones cuantitativas en futuro. Las acciones que causan mayores impactos ambientales sobre el recurso agua en zonas de páramo y del bosque natural y son el uso de insumos químicos y las acciones de mayores impactos ambientales sobre agua en las zonas de producción son el desfogue de las aguas servidas a los terrenos de cultivo y la pesca indiscriminada. Estas acciones no requieren valoraciones cuantitativas en futuro por la gravedad de sus impactos. Las acciones que causan mayores impactos ambientales sobre el recurso aire en la parroquia son la quema de basura inorgánica y el uso de insumos químicos y estas acciones no merecen valoraciones cualitativas sobre sus impactos.

La presencia de especies de flora reportada en la parroquia es mayor en la zona de páramo y menor en la zona de bosques naturales. El uso mayoritario de las especies reportadas es alimentación animal seguida por alimentación de animales y medicina. En páramos y bosques naturales se han reportado 48 y 22 especies respectivamente. La presencia de especies de fauna reportada es mayor en la zona de páramos y menor en la zona de bosques. Se han reportado 17 especies de mamíferos, 14 especies de aves, 9 especies de reptiles y anfibios, y una especie de peces en la zona de mayor avistamiento. El uso mayoritario de las especies reportadas es medicinal seguido por alimentación. Existen 3 especies de fauna con uso medicinal en la provincia y ninguna de ellas es comercialmente explotadas.

9.6. Análisis Factor Legal

Se identifica todas las variables políticas legales que intervienen directamente en el Plan, en este caso se manejarán todas las actividades de acuerdo a la Ley de Turismo (Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002), que se constituye como el instrumento normativo de la actividad turística en el país, pero además se tendrá en cuenta los 14 reglamentos creados por el MINTUR, los mismos que buscan regular actividades turísticas como; alojamiento, el turismo en áreas protegidas, la guianza turística, los centros comunitarios de turismo, la operación turística de aventura, la transportación turística, la señalización turística, el expendio de bebidas alcohólicas e incluso un reglamento para el control de baterías sanitarias. La normativa se hizo para cumplirla, como usuarios se debe ser crítico ante las situaciones en ellas mencionadas.

10. Mercado Objetivo

Tabla 24. Mercado objetivo

DESCRIPCIÓN	MERCADO OBJETIVO
Género	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino
Edad	Desde los 10 hasta los 64 años
Ubicación Geográfica	Ciudad de Riobamba, Ambato, Baños
Estrato Social	La Población Económicamente Activa y quienes tengan el poder adquisitivo para visitar el lugar.
Nivel Económico	Medio Bajo, medio y alto.
Gustos y Preferencias	Turismo gastronómico, de aventura y de naturaleza.

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

11. Establecimiento de objetivos del plan de marketing

Los objetivos estratégicos son de gran importancia para el desarrollo del plan de marketing por lo que se ha visto la necesidad de plantear los objetivos que serán de gran aporte para el desarrollo del turismo en la parroquia Puela, que le permitirá ser más

competitiva en el mercado y permitirá incrementar el posicionamiento y aceptación de los turistas para que deseen visitar la parroquia.

Tabla 25. Objetivos estratégicos

Objetivos Estratégicos	
Objetivo 1	Proporcionar información de la parroquia Puela y de sus atractivos turísticos naturales y culturales con el uso de mesas de información turística.
Objetivo 2	Utilizar vallas publicitarias con los principales atractivos turísticos de la parroquia Puela.
Objetivo 3	Promocionar los diferentes atractivos que tiene la parroquia Puela mediante la utilización de material impreso como trípticos y afiches.
Objetivo 4	Desarrollar un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos.
Objetivo 5	Diseñar y manejar redes sociales para promover el turismo en la parroquia.
Objetivo 6	Posicionar la marca de la parroquia con el diseño de souvenirs para los turistas que lleguen al cantón.

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

12. Elección de estrategias

Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos y está dirigido a la obtención de los mismos, lo entendemos como la acción para alcanzar el objetivo estratégico.

12.1. Estrategia 1

La primera estrategia consiste en proporcionar información de la parroquia Puela; de sus atractivos turísticos naturales y culturales a través de mesas de información turística, mismas que estarán colocadas en las ciudades cercanas principales, específicamente en el terminal terrestre de Riobamba y de Ambato.

Problema:

No existe un manejo adecuado de la información turística de la parroquia Puela, muchas personas no conocen la belleza que posee esta hermosa parroquia, por lo que se cree necesario brindar información de forma directa a los turistas que llegan a estas ciudades que son cercanas a la parroquia ya que con la información brindada se podría llamar la atención de más personas para que visiten la parroquia.

Meta:

Lograr que muchas personas conozcan más sobre la parroquia Puela logrando captar su atención y aumentando hasta un 75% de turistas que actualmente visita la parroquia.

Tabla 26. Estrategia 1

ESTRATEGIA 1				
Objetivo	Proporcionar información de la parroquia Puela y de sus atractivos turísticos tanto naturales como culturales con el uso de mesas de información turística.			
Estrategia	Mesas de información turística			
Descripción	Las mesas de información turística permiten compartir con los visitantes y turistas nacionales e internacionales, información correspondiente a las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la parroquia Puela. En su diseño contarán con la marca de la parroquia y sus colores son de la bandera de parroquia Puela. En ellas se encontrarán profesionales de turismo que brindarán información importante sobre la parroquia Puela.			
Actividades	Alcance	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Realizar el esquema y boceto inicial de las mesas de información		1 mes		\$100
Crear un diseño de mesas de información turística	Personas que ingresan al terminal terrestre de las principales ciudades cercanas: Riobamba y Ambato y una ciudad principal: Quito.	1 mes	Vocal de Asunto social, Cultural, Deportivo y Turismo de la Junta Parroquial de Puela	\$100
Conseguir la aprobación del diseño y de la propuesta		1 semana		0
Implementación de las mesas de información turística		6 meses		\$3000
Seguimiento y control		1 año		\$800
Total				\$4000

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 13. Mesa de información



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

12.2. Estrategia 2

La segunda estrategia consiste en colocar vallas publicitarias con los principales atractivos turísticos de la parroquia Puela en las vías de contacto entre Puela - Penipe con la ciudad de Riobamba y en el tramo entre Puela - Baños, Puela – Ambato.

Problema:

Es importante mencionar que no existe mucha publicidad acerca de esta parroquia, mucho menos se puede observar promoción turística en los caminos y vías aledañas a Puela, por lo tanto, se ve necesario colocar mucha más publicidad en las vías que conectan las principales ciudades con esta parroquia lo que permitiría atraer a muchos más turistas a que visiten el lugar.

Meta:

Lograr un incremento en el número de turistas que visitan el cantón hasta en un 50%, provocando con esto mejorar la situación turística de la parroquia.

Tabla 27. Estrategia 2

ESTRATEGIA 2				
Objetivo	Utilizar vallas publicitarias con los principales atractivos turísticos de la parroquia Puela.			
Estrategia	Vallas Publicitarias			
Descripción	Las vallas publicitarias representan un medio alternativo de publicidad que puede ser utilizado de diversas formas y en diferentes lugares, se ha diseñado una valla utilizando una imagen de los atractivos turísticos del sector en la cual podemos observar paisajes de la parroquia como cascadas y bosque en todo su esplendor como una muestra de toda la riqueza que posee. Además, en ella se encuentra la imagen de marca de la parroquia para que sea identificado por las personas y genere el interés para que nos visiten. Se utilizarán dos vallas turísticas y tendrán una medida de 4 m x 8 m.			
Actividades	Alcance	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Realizar una propuesta con bocetos iniciales de las vallas turísticas	Turistas nacionales y extranjeros que circulen por las vías donde se van a colocar las vallas.	1 mes	Vocal de Asunto social, Cultural, Deportivo y Turismo de la Junta Parroquial de Puela	0
Crear el diseño de las vallas turísticas		1 semana		\$100
Colocación de vallas turísticas		1 mes		\$800
Seguimiento y control		1 año		\$100
			Total	\$1000

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 14. Valla turística 1



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 15. Valla turística 2



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

12.3. Estrategia 3

La tercera estrategia consiste en el diseño de trípticos y afiches publicitarios que serán colocados en las mesas de información turística y en agencias de viajes, hoteles y restaurantes cercanos que servirán de mucho ya que ayudarán a proporcionar información de la parroquia Puela y de sus atractivos turísticos naturales y culturales. Estos trípticos tendrán mucha información y contarán con fotos e imágenes de los atractivos que tiene la parroquia.

Problema:

La información que se brinda acerca de los atractivos turísticos de la parroquia Puela es muy escasa y se ve necesario brindar información en los principales prestadores de servicios turísticos cercanos como es el caso de restaurantes, hoteles y agencias de viajes, donde el turista podría conocer de los atractivos de este lugar y le despierte la curiosidad por visitarlos y conocer más sobre ellos.

Meta:

Lograr que muchas personas conozcan más sobre la parroquia Puela logrando captar su atención y aumentando hasta un 50% de turistas que actualmente visita el cantón.

Tabla 28. Estrategia 3

ESTRATEGIA 3				
Objetivo	Promocionar los diferentes atractivos que tiene la parroquia Puela mediante la utilización de material impreso como trípticos y afiches.			
Estrategia	Trípticos y afiches publicitarios			
Descripción	Los trípticos y afiches publicitarios son excelentes herramientas de publicidad para dar a conocer lugares y atractivos de turismo. Los servicios turísticos son bienes intangibles así que la promoción y publicidad son primordiales para que el consumidor pueda animarse a comprar la experiencia de viaje. Diseño de un tríptico y un afiche publicitario que ayudará a brindar más información acerca de la belleza que tiene los atractivos turísticos de Puela.			
Actividades	Alcance	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Crear un diseño para los trípticos y afiches	Turistas nacionales y extranjeros que se acerquen a la mesa de información turística y a los prestadores de servicios turísticos de igual forma.	1 semana	Vocal de Asunto social, Cultural, Deportivo y Turismo	\$100
Dotación de trípticos y afiches a los diferentes prestadores de servicios turísticos cercanos y en la mesa de turismo		6 meses		\$800
Seguimiento y control		1 año		\$100
			Total	\$1000

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 16. Tríptico Parroquia Puela lado A



*Un hermoso lugar
lleno de encanto
natural y cultural
con paisajes que te
enamorarán ...*

CONTACTOS

📞 (593) 0959682528

✉️ turismoparroquiapuela2021@gmail.com

📘 Facebook: Puela Turismo

📷 Instagram: puelaturismo21

PUELA

Tierra de luchadores...

Figura 17. Tríptico Parroquia Puela lado B



Visita Puela

Descubrir Puela es aventurarse a nuevas experiencias de vida que jamás se olvidan. Puela geográficamente se encuentra ubicada en la Cordillera Oriental de los Andes Ecuatorianos, específicamente en las faldas del sur del volcán Tungurahua. La Parroquia posee una tierra productiva y con grandes riquezas naturales, como son: las chorreras del Batán, el ojo del Fantasma y el Tambo, la cueva de los Tayos, las aguas termales y minerales y los ríos Puela, Flautas y Laurel. Razón por la cuál es un lugar ideal para realizar caminatas, camping, tubing y fotografía de flora y fauna.

Dentro de la Parroquia se puede participar en algunas actividades culturales como: la romería al Patrono San Miguel Arcángel.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

AGUAS TERMALES

Estas aguas tienen origen subterráneo y son producto de la actividad volcánica del Tungurahua. Presentan coloración amarilla con una temperatura que oscila entre los 25 a 40 °C, debido a la presencia de sulfuros y elementos férricos. Sus aguas contienen sulfatos disueltos.

CASCADA OJO DEL FANTASMA

La cascada del “Ojo del Fantasma” se llama así, debido a la formación rocosa por donde pasa un riachuelo; vista desde la base de la cascada se asemeja a un ojo. Además de su fantástica forma, existen creencias místicas de adoración a los dioses.

CASCADA LA MOROCHA

Es una cascada rocosa que mide aproximadamente 8 metros de altura; la parte superior de la cascada tiene forma de óvalo, su agua es cristalina y fría. Cuando los rayos de sol penetran se crea un espejo de agua que es muy llamativo y novedoso.

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 18. Afiche turístico parroquia Puela



VISITA PUELA

Puela geográficamente se encuentra ubicada en la Cordillera Oriental de los Andes Ecuatorianos, específicamente en las faldas del sur del volcán Tungurahua.

La Parroquia posee una tierra productiva y con grandes riquezas naturales, como son:

- Las chorreras del Batán
- El ojo del Fantasma y el Tambo, La cueva de los Tayos
- Las aguas termales y minerales
- Los ríos Puela, Flautas y Laurel.

Razón por la cuál es un lugar ideal para realizar caminatas, camping, tubing y fotografía de flora y fauna.



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

12.4. Estrategia 4

La cuarta estrategia trata sobre el diseño de un programa de capacitación dirigida a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Puela con el fin de impartir temas de gran interés dentro de la actividad turística, de forma que aumente de gran forma la calidad en la prestación de servicios turísticos logrando satisfacer las necesidades de los turistas que visitan el cantón.

Problema:

La mayor parte de las personas que brindan servicios turísticos en la parroquia lo hacen teniendo conocimientos empíricos en las actividades más no porque tienen preparación en los mismos, por lo que en muchas ocasiones no existe calidad en la prestación de esos servicios. Por lo que se ve necesario impartir este tipo de programas para actualizar los conocimientos que se tengan en determinada área logrando de este modo mejorar la atención al turista que hace uso de los servicios.

Meta:

Mejorar la calidad de los servicios turísticos de la parroquia Puela logrando una mejora en la atención hasta en un 100% en los prestadores de servicios turísticos de la parroquia.

Figura 19. Programa de capacitación



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Tabla 29. Estrategia 4

ESTRATEGIA 4				
Objetivo	Desarrollar un programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos.			
Estrategia	Programa de capacitación			
Descripción	Los programas de capacitación se enfocarán en contribuir de manera eficiente a ofrecer un excelente servicio a los clientes en las empresas que prestan servicios turísticos, mediante la capacitación permitirá mejorar la atención y de esta manera se incrementará significativamente el número de clientes para estas empresas, mejorando la imagen de los mismos en este destino. Esta capacitación se la realizará cada año.			
	Temas a tratar:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Administración • Gestión turística y Guianza • Calidad del servicio 			
Actividades	Alcance	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Diagnóstico del programa de capacitación	Profesionales, trabajadores	1 mes		0
Diseño del programa de capacitación	pertenecientes a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Puela.	1 mes	Vocal de Asunto social, Cultural, Deportivo y Turismo	0
Implementación del programa de capacitación		1 año		\$2500
Evaluación del programa de capacitación		1 año		\$500
			Total	\$3000

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

12.5. Estrategia 5

La quinta estrategia consiste en el diseño y manejo de redes sociales para promover el turismo en la parroquia. Con la creación de contenido de interés en las diferentes redes sociales para posicionar los atractivos turísticos que posee la parroquia Puela.

Problema:

Actualmente las redes sociales cumplen un papel muy importante en la vida de las personas y en el ámbito de turismo se considera a las redes sociales como una herramienta de gran importancia para lograr dar a conocer a más personas de los atractivos turísticos que tiene un lugar y mucho más a posicionarlo dentro del mercado. En la parroquia Puela no se maneja correctamente la promoción del turismo por lo que se ve necesario realizar un correcto manejo del turismo en redes sociales.

Meta:

Incremento de turistas que visitan la parroquia Puela logrando captar su atención hasta en un 90% de turistas que visiten el lugar.

Tabla 30. Estrategia 5

ESTRATEGIA 5				
Objetivo	Diseñar y manejar redes sociales para promover el turismo en la parroquia.			
Estrategia	Publicidad por redes sociales			
Descripción	El uso de las redes sociales en el sector turístico permite producir nuevos vínculos, a nivel local, nacional e internacional. Se diseñará una página de Facebook y un perfil de Instagram para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia, generando contenido de interés y de calidad para nuestros posibles turistas.			
Actividades	Alcance	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Recolección de información de los principales atractivos turísticos de la parroquia Puela.	Turistas nacionales y extranjeros que tengan acceso a internet.	1 mes	Vocal de Asunto social, Cultural, Deportivo y Turismo	0
Diseño de la página de Facebook		1 mes		0
Diseño de un perfil de Instagram		1 semana		0
Seguimiento y control		1 año		\$50
			Total	\$50

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

12.6. Estrategia 6

La sexta estrategia consiste en posicionar la marca de la parroquia con el diseño de souvenirs para los turistas que lleguen al cantón, debido a la importancia de proyectar una buena imagen al turista, al ofrecerles regalos que capten su atención y quieran visitar los atractivos o a su vez volver a visitarlos es de gran ayuda porque tendríamos publicidad gratuita una publicidad de boca a boca.

Problema:

La actividad turística en el sector se la realiza en condiciones mínimas y a su vez las personas que llegan al lugar muy pocas veces lo recomiendan por lo cual se ve necesario complementarlo con algunas acciones por ejemplo dotando a los turistas de pequeños presentes que tengan la marca de la parroquia.

Meta:

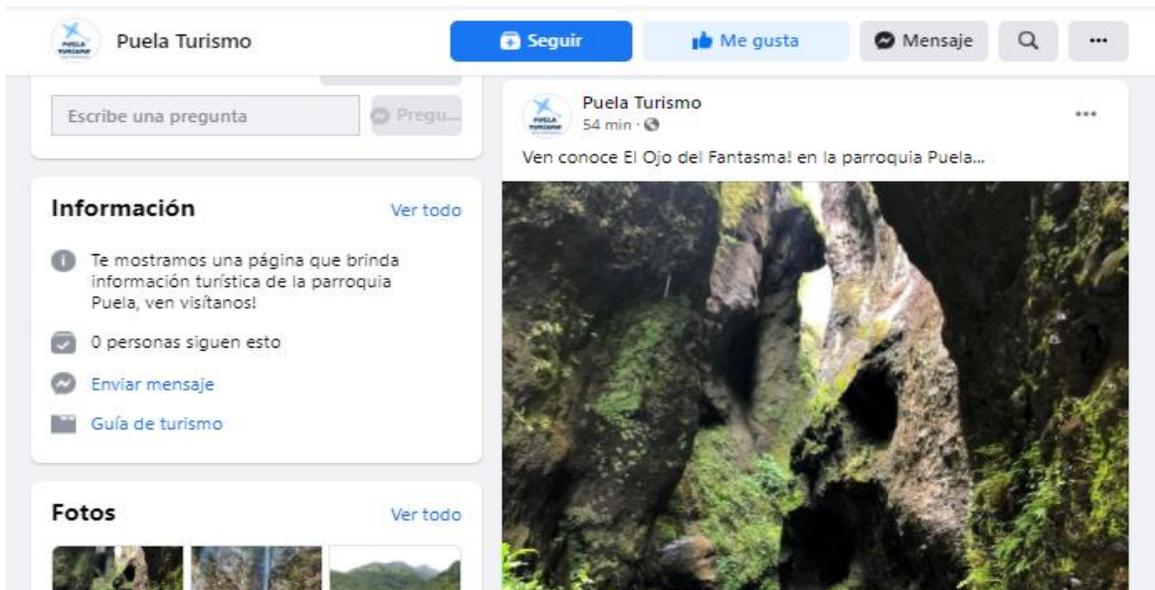
Lograr captar la atención de los turistas que visitan la parroquia en un 50% y que puedan recomendar el lugar.

Figura 20. Publicidad por redes sociales. Página de Facebook



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 21. Página de Facebook parroquia Puela



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 22. Publicidad por redes sociales. Página de Instagram



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Tabla 31. Estrategia 6

ESTRATEGIA 6				
Objetivo	Posicionar la marca de la parroquia con el diseño de souvenirs para los turistas que lleguen al cantón.			
Estrategia	Diseño de souvenirs			
Descripción	El souvenir sirve como una tarjeta de presentación, una postal, un pequeño pedacito que nos llevamos con nosotros del lugar visitado. Se pretende el diseño de una camiseta, gorra, vasos de cerámica y esferos con el diseño de la marca de la parroquia Puela acompañado de colores y diseños acorde a los paisajes de la parroquia.			
Actividades	Alcance	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Crear el diseño de la camiseta, gorra, esferos, y vasos con la imagen de la marca	Turistas nacionales y extranjeros	1 mes	Vocal de Asunto social, Cultural, Deportivo y Turismo	\$1800
Entrega a los turistas en las mesas de información turística				
Seguimiento y control				\$200
			Total	\$2000

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 23. Souvenir 1. Gorra



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 24. Souvenir 2. Camiseta



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 25. Souvenir 3. Llavero



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 26. Souvenir 4. Taza



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 27. Souvenir 5. Esfero



Elaborado por: Ruiz, V. 2021

13. Cronograma de actividades

Tabla 32. Cronograma de actividades

No.	Actividad	Tiempo- Meses											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Realizar el esquema y boceto inicial de las mesas de información	X											
2.	Crear un diseño de mesas de información turística		X										
3.	Conseguir la aprobación del diseño y de la propuesta			X									
4.	Implementación de las mesas de información turística	X	X	X	X	X	X						
5.	Seguimiento y control	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
6.	Realizar una propuesta con bocetos iniciales de las vallas turísticas	X											
7.	Crear el diseño de las vallas turísticas		X										
8.	Colocación de vallas turísticas		X										
9.	Seguimiento y control	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
10.	Crear un diseño para los trípticos y afiches	X											
11.	Dotación de trípticos y afiches a los diferentes prestadores de servicios turísticos cercanos y en la mesa de turismo		X	X	X	X	X						

12.	Seguimiento y control	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
13.	Diagnóstico del programa de capacitación	X											
14.	Diseño del programa de capacitación		X										
15.	Implementación del programa de capacitación			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
16.	Evaluación del programa de capacitación			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
17.	Recolección de información de los principales atractivos turísticos de la parroquia Puela.	X											
18.	Diseño de la página de Facebook		X										
19.	Diseño de un perfil de Instagram		X										
20.	Seguimiento y control			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
21.	Crear el diseño de la camiseta, gorra, esferos, y vasos con la imagen de la marca	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
22.	Entrega a los turistas en las mesas de información turística	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
23.	Seguimiento y control	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Elaborado por: Ruíz, V. 2021

14. Presupuesto

Tabla 33. Resumen de costo total

RESUMEN DEL COSTO TOTAL			
No.	Detalle	Costo Total	Observación
1	Estrategia 1: Mesas de información turística	\$4000	Se contará con un profesional de turismo en cada punto
2	Estrategia 2: Vallas publicitarias	\$1000	Se colocarán dos vallas publicitarias
3	Estrategia 3: Trípticos y afiches publicitarios	\$1000	
4	Estrategia 4: Programa de capacitación	\$3000	
5	Estrategia 5: Publicidad por redes sociales	\$50	Se diseñarán dos páginas principales en Facebook e Instagram
6	Estrategia 6: Diseño de souvenirs	\$4000	

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

15. Seguimiento y control de resultados

La última fase del Plan de Marketing trata sobre el seguimiento y control y es esta la fase más importante debido a que permitirá visualizar si realmente se están logrando los objetivos que previamente se habían establecido al diseñar el plan. Hay que tener en cuenta que no es necesario tener una gran cantidad de datos, si no saber cómo interpretarlos. Esto se lo realizará en primera instancia a través de las diferentes herramientas de ponderación existentes en internet, y sus indicadores claves de desempeño donde se podrán medir en función de los objetivos y las fases establecidas, indicadores clave, como se muestra a continuación:

Tabla 34. Control de resultados

Control de resultados		
No.	Detalle	Herramienta
1	Estrategia 1: Mesas de información turística	Informe mensual de turistas que reciban información en las mesas de información turística
2	Estrategia 2: Vallas publicitarias	Porcentaje del ingreso de turistas mensual a la parroquia Puela
3	Estrategia 3: Trípticos y afiches publicitarios	Porcentaje del ingreso de turistas mensual a la parroquia Puela
4	Estrategia 4: Programa de capacitación	Pruebas semestrales de conocimiento a las personas capacitadas y test de satisfacción a los turistas
5	Estrategia 5: Publicidad por redes sociales	Número de visitas a las páginas diseñadas para la parroquia
6	Estrategia 6: Diseño de souvenirs	Porcentaje del ingreso de turistas mensual a la parroquia Puela

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Anexo 2. Oficio de aceptación por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela.

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL PUELA .**
Penipe – Chimborazo
RUC: 0660823260001
PRESIDENCIA

Puela, 2021-03-22
Of. Nro.: 068-GADPRP-2021

Magister
Carlos Fernando Inga Aguagallo
DOCENTE/RESPONSABLE UTE
Presente. -

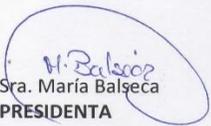
De mi consideración:

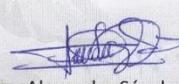
A nombre del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela, le hacemos extensivo un atento y respetuoso saludo, a la vez el deseo de éxitos sus funciones.

El motivo del presente es para autorizar a la Srta. Valeria Julissa Ruiz Meneses, estudiante de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, para el desarrollo de su proyecto de investigación titulado **"OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE"**; proyecto en el cual la estudiante levantará información a través de encuestas y entrevistas para posteriormente publicar los resultados obtenidos de las mismas en el Repositorio Digital de la UNACH.

Para los fines pertinentes, anticipamos nuestros sinceros agradecimientos.

Atentamente;


Sra. María Balseca
PRESIDENTA

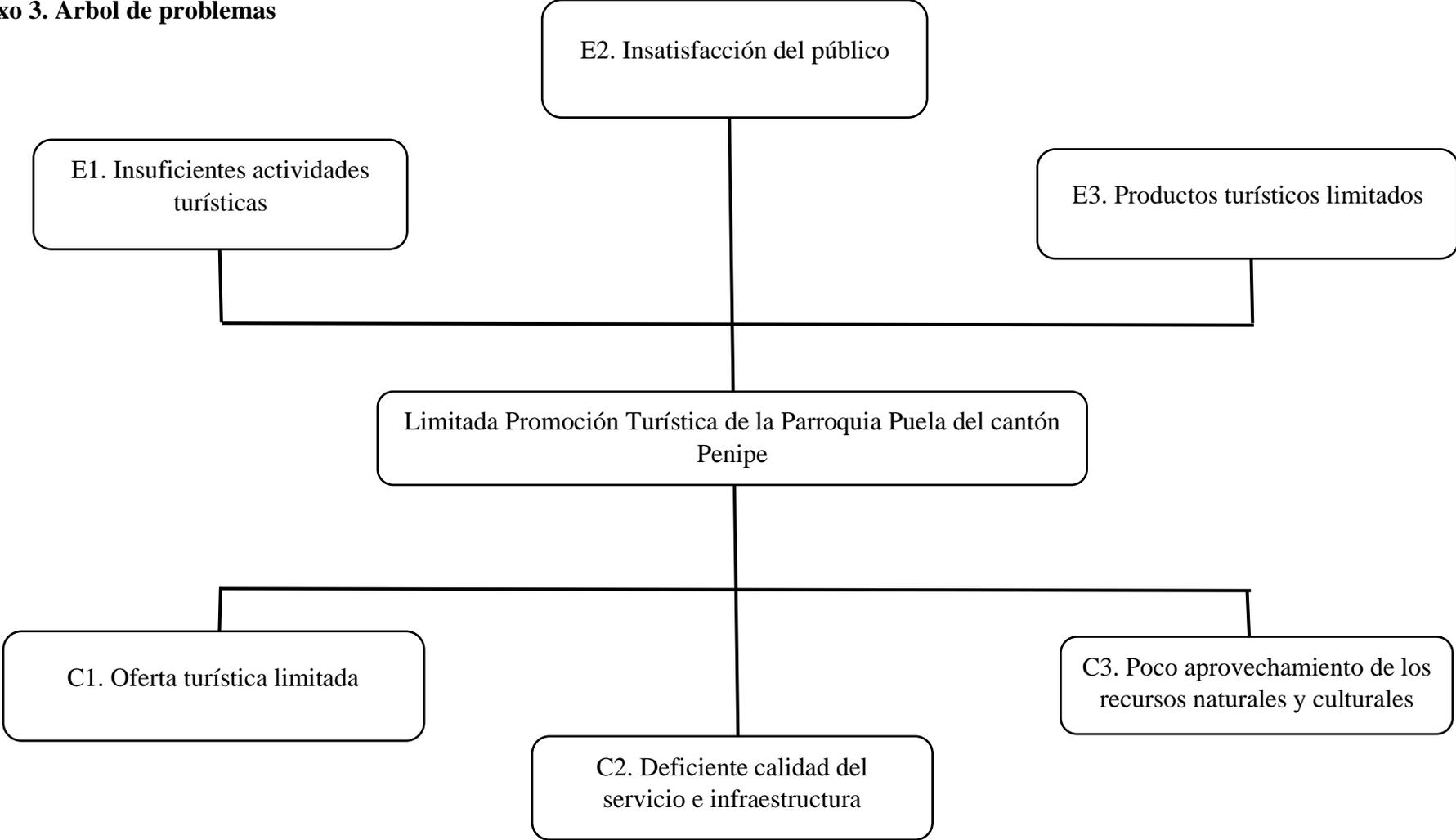


Sra. Alexandra Sánchez
SECRETARIA-TESORERA


Puela
29 de Mayo de 1861

Dirección: Calle Principal s/n
CASA PARROQUIAL

Telf.: 03-3015-054/03-3014-878
gadpr_puela@hotmail.com

Anexo 3. Árbol de problemas



Anexo 4. Matriz de Operacionalización de Variables

Tabla 35. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DISEÑO, MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE	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 un lugar en específico 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, 2013).	La oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, teniendo como objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de un lugar en específico, cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado turístico a un precio determinado.	Productos	- Atractivos - Infraestructura - Facilidades	¿Considera que la parroquia Puela posee atractivos necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística? ¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista?	DISEÑO No experimental, transversal y correlacional
OFERTA TURÍSTICA			Atractivos	- Manifestaciones culturales - Sitios naturales - Recursos	¿A su parecer las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia Puela? ¿Cree que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones? ¿Considera necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales? ¿Cree que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente?	

VARIABLE DEPENDIENTE	Conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos en el mercado tomando en cuenta la oferta y la demanda, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en	La promoción turística es un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que tratan de satisfacer deseos y necesidades mediante la aplicación de técnicas, con la	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta - Demanda - Ventas - Servicios 	<p>¿Considera necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela?</p> <p>¿Crees que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda turística que visita la parroquia Puela?</p> <p>¿Considera necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela?</p> <p>¿Cree usted que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela?</p>	<p>Método:</p> <p>Científico</p> <p>Descriptivo</p>
			Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos - Normas - Protocolos - Seguimiento 	<p>¿Considera necesario elaborar un plan de procedimientos secuenciales con la ayuda de diferentes instrumentos para una buena promoción turística?</p> <p>¿Considera necesario cumplir con todas las normas impuestas por los entes reguladores?</p> <p>¿Cree usted que es indispensable cumplir con los protocolos establecidos por los entes reguladores del turismo?</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p>

**PROMOCIÓN
TURÍSTICA**

el tiempo y en el espacio, orientadas al público determinado". (Kotler, 2003)

finalidad de alcanzar objetivos específicos principalmente orientados a una demanda determinada.

Marketing

- Promoción
- Productos
- Precio

Público

- Necesidades
- Preferencias
- Satisfacción

¿Considera necesario el seguimiento de promoción turística de la parroquia Puela?

¿Cree usted que la promoción turística de la parroquia Puela es la adecuada?

¿Cree usted que se debería diseñar productos turísticos en la parroquia Puela?

¿Considera que los precios de los servicios y actividades son adecuados?

¿Cree usted que es viable tomar en cuenta las necesidades de los turistas?

¿Cree usted que es indispensable analizar las preferencias de los turistas?

¿Cree usted que la calidad del servicio ayuda a la satisfacción del cliente?

Instrumento:
Cuestionario

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Anexo 5. Matriz de consistencia

Tabla 36. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES
¿De qué manera se relaciona la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe?	Determinar la relación existente entre la oferta y la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.	Existe relación de la oferta con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.	VARIABLE INDEPENDIENTE 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 un lugar en específico 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, 2013).	Productos Atractivos Mercado
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE Promoción turística Conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos en el mercado tomando en cuenta la oferta y la demanda, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas al público determinado". (Kotler, 2003)	Técnicas Marketing Público
¿De qué manera se relacionan los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe?	Determinar la relación existente entre los productos y la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.	Existe relación de los productos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.		
¿De qué manera se relacionan los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe?	Determinar la relación existente entre los atractivos y la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.	Existe relación de los atractivos con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.		
¿De qué manera se relaciona el mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe?	Determinar la relación existente entre el mercado y la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.	Existe relación del mercado con la promoción turística de la Parroquia Puela del cantón Penipe.		

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Anexo 6. Encuesta de la variable independiente: Oferta Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE”

ENCUESTA DIRIGIDA AL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL PUELA

Encuesta N°: _____ Fecha de la encuesta: ___/___/___ Encuestador: Valeria Ruiz

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información estadística que ayude a la investigación de la variable independiente “OFERTA TURÍSTICA”

CONFIDENCIALIDAD

Los datos obtenidos son de carácter anónimo y confidencial, por lo que son de uso exclusivo para la presente investigación.

Lea detenidamente y responda con una (X) según su criterio las siguientes preguntas, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

1 = Totalmente en desacuerdo 3 = Imparcial 5 = Totalmente de acuerdo
2 = En desacuerdo 4 = De acuerdo

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Género

Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	-----------	--------------------------

2. Edad

1. Menos de 25	<input type="checkbox"/>	2. 26 - 35	<input type="checkbox"/>	3. 36 - 45	<input type="checkbox"/>	4. Más de 46	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------

3. Nivel de instrucción

1. Primaria	<input type="checkbox"/>
2. Secundaria	<input type="checkbox"/>
3. Técnico/Tecnológico	<input type="checkbox"/>
4. Tercer nivel	<input type="checkbox"/>
5. Cuarto nivel	<input type="checkbox"/>

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA – OFERTA TURÍSTICA

DIMENSION:		PRODUCTOS	PARAMETROS				
			1	2	3	4	5
ITEMS							
1.	¿Considera que la parroquia Puela posee atractivos necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística?						
2.	¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista?						
3.	¿A su parecer las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia Puela?						
DIMENSION:		ATRATIVOS	PARAMETROS				
			1	2	3	4	5
ITEMS							
4.	¿Cree que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones?						
5.	¿Considera necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales?						
6.	¿Cree que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente?						
DIMENSION:		MERCADO	PARAMETROS				
			1	2	3	4	5
ITEMS							
7.	¿Considera necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela?						
8.	¿Cree que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela?						
9.	¿Considera necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela?						
10.	¿Cree usted que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela?						

Gracias por su colaboración.

Anexo 7. Encuesta de la variable independiente: Promoción Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE”

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA PUELA

Encuesta N°: _____ Fecha de la encuesta: ___/___/___ Encuestador: Valeria Ruiz

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información estadística que ayude a la investigación de la variable dependiente “PROMOCION TURISTICA”

CONFIDENCIALIDAD

Los datos obtenidos son de carácter anónimo y confidencial, por lo que son de uso exclusivo para la presente investigación.

Lea detenidamente y responda con una (X) según su criterio las siguientes preguntas, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

1 = Totalmente en desacuerdo

3 = Imparcial

5 = Totalmente de acuerdo

2 = En desacuerdo

4 = De acuerdo

A. INFORMACION GENERAL

1. Género

Femenino		Masculino	
----------	--	-----------	--

2. Edad

1. Menos de 25		2. 26 - 35		3. 36 - 45		4. Más de 46	
----------------	--	------------	--	------------	--	--------------	--

3. Nivel de instrucción

1. Primaria	
2. Secundaria	
3. Técnico/Tecnológico	
4. Tercer nivel	
5. Cuarto nivel	

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA – PROMOCIÓN TURÍSTICA

DIMENSIÓN:		TÉCNICAS		PARÁMETROS				
				1	2	3	4	5
ITEMS								
1.	¿Considera necesario elaborar un plan de procedimientos secuenciales con la ayuda de diferentes instrumentos para una buena promoción turística?							
2.	¿Considera necesario cumplir con todas las normas impuestas por los entes reguladores?							
3.	¿Cree usted que es indispensable cumplir con los protocolos establecidos por los entes reguladores del turismo?							
4.	¿Considera necesario el seguimiento de promoción turística de la parroquia Puela?							
DIMENSIÓN:		MARKETING		PARÁMETROS				
				1	2	3	4	5
ITEMS								
5.	¿Cree usted que la promoción turística de la parroquia Puela es la adecuada?							
6.	¿Cree usted que se debería diseñar productos turísticos en la parroquia Puela?							
7.	¿Considera que los precios de los servicios y actividades son adecuados?							
DIMENSIÓN:		PUBLICO		PARÁMETROS				
				1	2	3	4	5
ITEMS								
8.	¿Cree usted que es viable tomar en cuenta las necesidades de los turistas?							
9.	¿Cree usted que es indispensable analizar las preferencias de los turistas?							
10.	¿Cree usted que la calidad del servicio ayuda a la satisfacción del cliente?							

Gracias por su colaboración

Anexo 8.- Validación por los expertos, variable independiente “Oferta Turística”



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

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 09/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN
PENIPE”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Oferta turística”

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

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

Sugerencias: Continuar con el trámite

Firma del experto

VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO

Excmo. Sr. Director de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera / Turismo
Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego
Carrera de Gestión Turística y Hotelera / Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Universidad Nacional de Chimborazo
Cuenca, Ecuador



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Alexandra Lorena López Naranjo

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 02/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN
PENIPE”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Oferta turística”

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

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

Sugerencias: _____

Alexandra Lorena López Naranjo



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 03/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL
CANTÓN PENIPE”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Oferta turística”**

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

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

Sugerencias: _____



Escaneó el documento por
**CARLOS FERNANDO
INGA AGUAGALLO**

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 01/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL
CANTÓN PENIPE”**

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Oferta turística”

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

Sugerencias: _____

DANILO
PAUL
QUINTANA
PUGA

Firmado digitalmente
por DANILO PAUL
QUINTANA PUGA
DN: cn=DANILO PAUL
QUINTANA PUGA, o=SEC-
URIDAD DE DATOS S.A.S,
c=EC
CERTIFICACIÓN DE
INFORMACIÓN

Firma del experto

Anexo 9.- Validación por los expertos, variable dependiente “Promoción Turística”



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

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 09/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN
PENIPE”

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

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

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

Sugerencias: Continuar con el trámite

Firma del experto

VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO

Firmado digitalmente por VICTOR
MEDARDO VELASCO SAMANIEGO
DN: cn=VICTOR MEDARDO
SAMANIEGO, o=UNIVERSIDAD NACIONAL DE
CHIMBORAZO, ou=SECRETARÍA DE ASESORIA
Y FINANZAS, email=vmedardo@unach.edu.ec,
c=EC



Firma del experto

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Alexandra Lorena López Naranjo

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 02/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL CANTÓN PENIPE”

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

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

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

Sugerencias: _____



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Carlos Fernando Inga Aguagallo

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 03/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL
CANTÓN PENIPE”**

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

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

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

Sugerencias: _____



Escaneo: CARLOS FERNANDO INGA
CARLOS FERNANDO
INGA AGUAGALLO

Firma del experto



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

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 01/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“OFERTA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUELA DEL
CANTÓN PENIPE”**

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

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

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

Sugerencias: _____

DANILO PAUL
QUINTANA PUGA
Firma del experto

Firma del experto

Anexo 10. Resultados de la Variable Independiente: Oferta Turística

Encuesta dirigida al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela.

a) Género

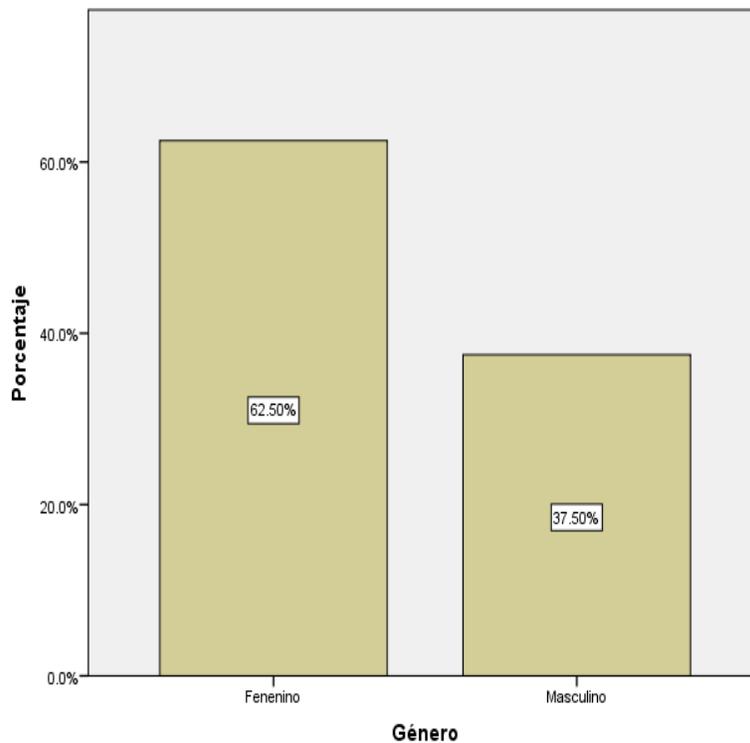
Tabla 37. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	5	62.5	62.5	62.5
	Masculino	3	37.5	37.5	100.0
	Total	8	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 28. Género



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Mediante las encuestas realizadas se determina que el 62.50% de los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela pertenecen al género femenino y el 37.50% al género masculino.

b) Edad

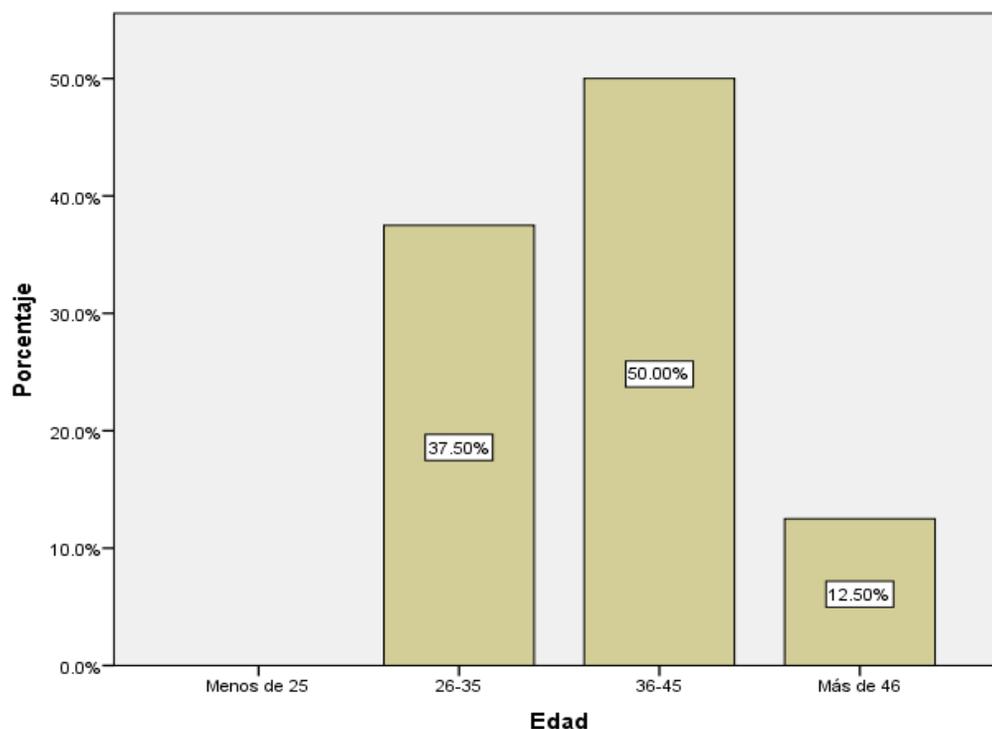
Tabla 38. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-35	3	37.5	37.5	37.5
	36-45	4	50.0	50.0	87.5
	Más de 46	1	12.5	12.5	100.0
	Total	8	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 29. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos sobre la edad promedio de los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 50% de los mismos se encuentran en un rango de 36-45 años, mientras que un 37.50% están en un rango de 26-35 años, por lo tanto, un 12.50% abarca a las personas de 46 años en adelante.

c) Nivel de instrucción

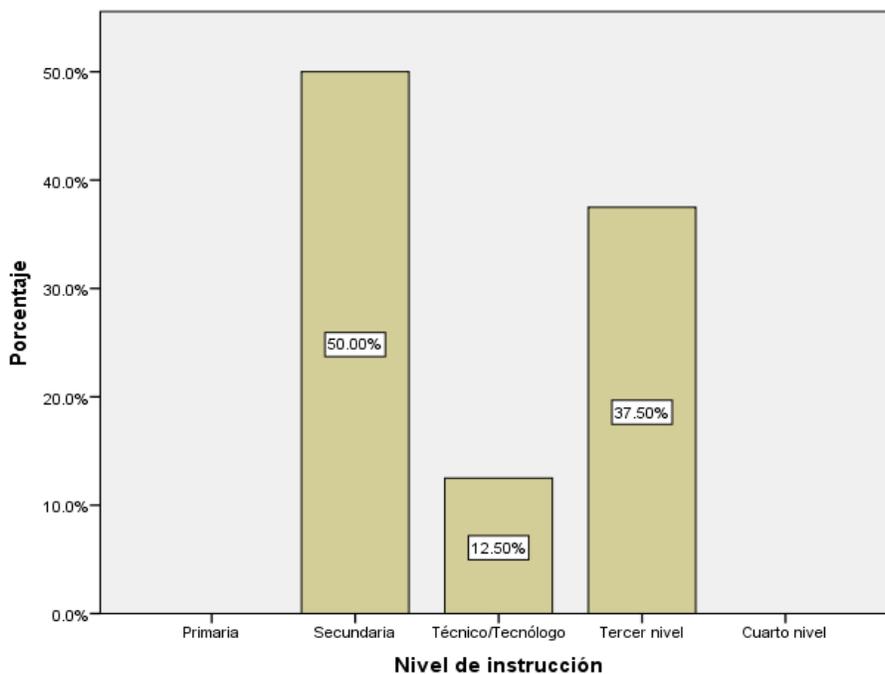
Tabla 39. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Secundaria	4	50.0	50.0	50.0
Técnico/Tecnólogo	1	12.5	12.5	62.5
Tercer nivel	3	37.5	37.5	100.0
Total	8	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 30. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo al nivel de instrucción de los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela el 50% de los encuestados posee una educación correspondiente a secundaria, mientras que el 37.50% hace referencia a un nivel de educación de tercer nivel, por lo tanto, el 12.50% tiene un nivel de educación técnico/tecnológico. De esta manera se determina que el porcentaje más alto pertenece al 50% con un nivel de educación de secundaria.

1. ¿Considera que la parroquia Puela posee atractivos necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística?

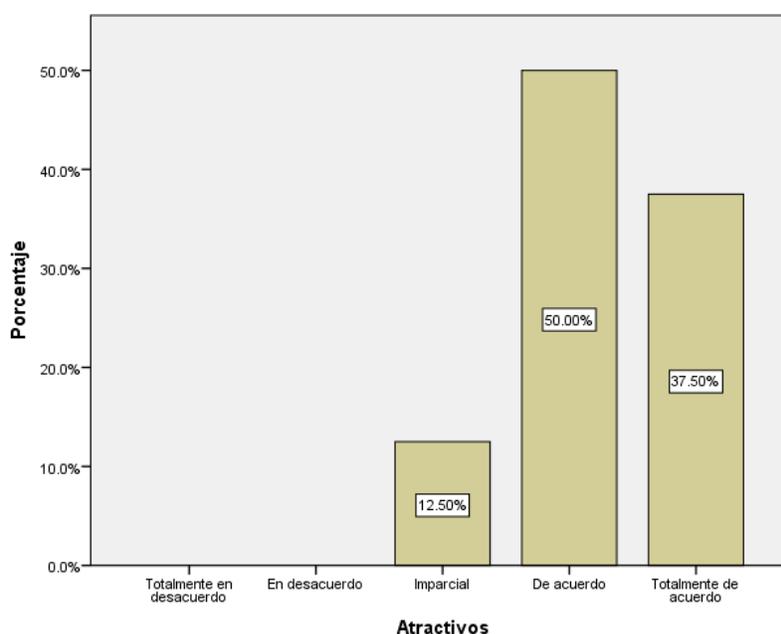
Tabla 40. Atractivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	1	.4	12.5	12.5
	De acuerdo	4	1.7	50.0	62.5
	Totalmente de acuerdo	3	1.3	37.5	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 31. Atractivos



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela el 50% de los encuestados manifiesta que está de acuerdo, mientras que un 37.50% nos da a conocer que está de acuerdo y un 12.50% nos dice que los atractivos pueden o no ser necesarios para potencialmente ser explotados en forma turística.

2. ¿Cree que la infraestructura turística de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista?

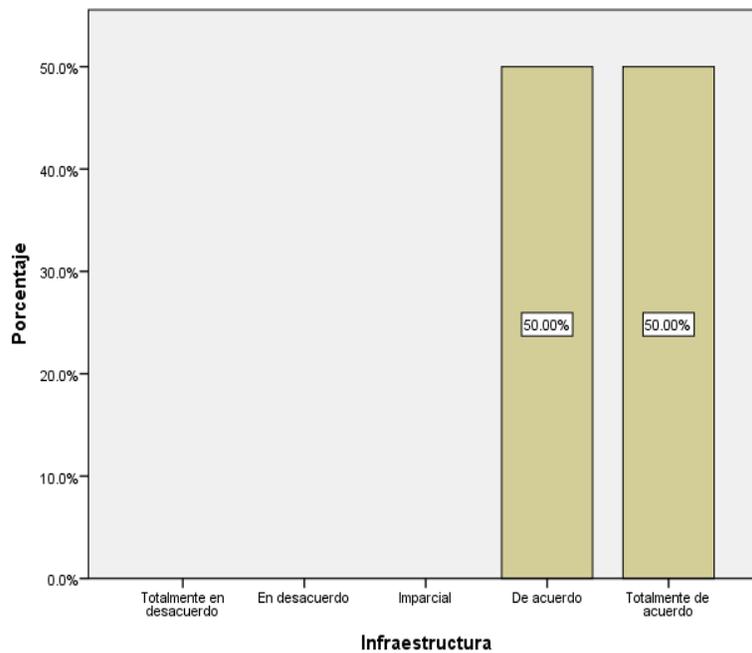
Tabla 41. Infraestructura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	1.7	50.0	50.0
	Totalmente de acuerdo	4	1.7	50.0	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 32. Infraestructura



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 50% de los encuestados está de acuerdo en que la infraestructura de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista, mientras que el otro 50% manifiesta que está totalmente de acuerdo en que la infraestructura de la parroquia Puela satisface las necesidades del turista.

3. ¿A su parecer las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia Puela?

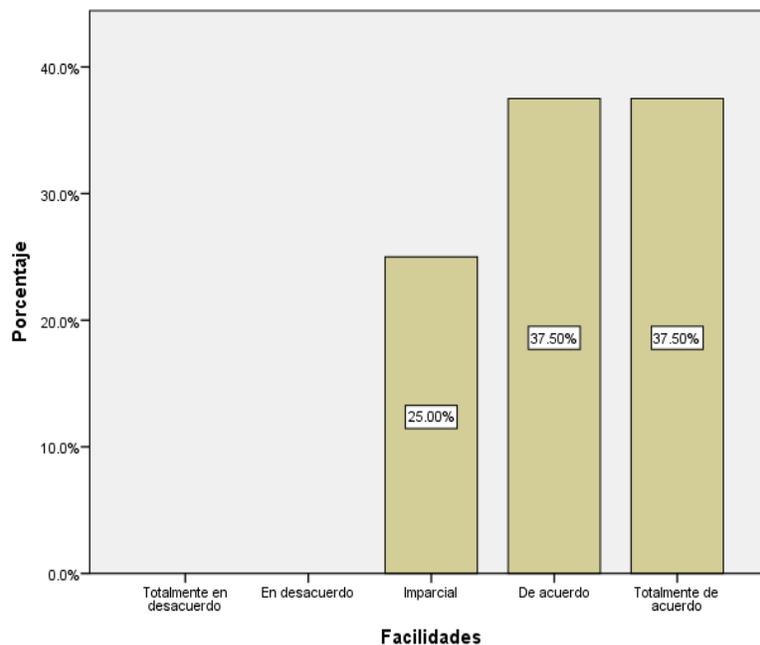
Tabla 42. Facilidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	2	.8	25.0	25.0
	De acuerdo	3	1.3	37.5	62.5
	Totalmente de acuerdo	3	1.3	37.5	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 33. Facilidades



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela el 37.50% de los encuestados manifiesta que está totalmente de acuerdo, mientras que el otro 37.50% nos da a conocer que está de acuerdo y el 25% restante opina que no está de acuerdo ni en desacuerdo en que las facilidades turísticas son adecuadas para la creación de productos en la parroquia.

4. ¿Cree que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones?

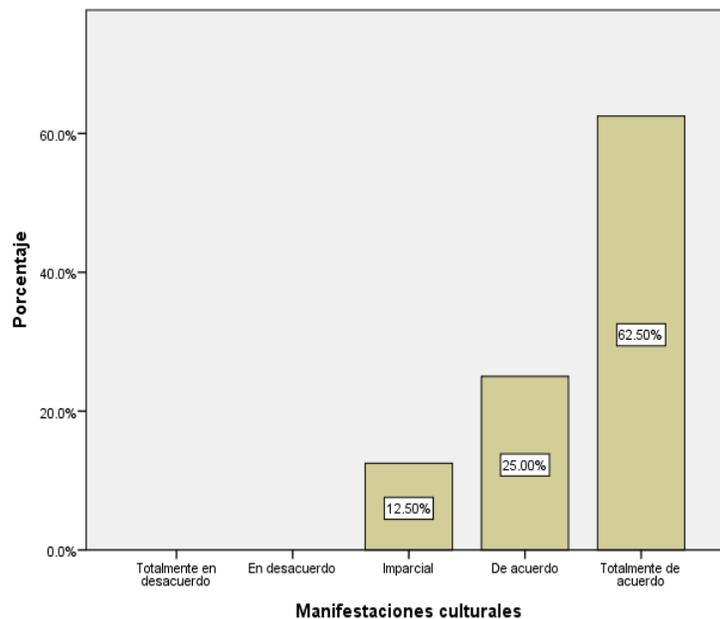
Tabla 43. Manifestaciones culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	1	.4	12.5	12.5
	De acuerdo	2	.8	25.0	37.5
	Totalmente de acuerdo	5	2.1	62.5	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 34. Manifestaciones culturales



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 62.50% está totalmente de acuerdo, mientras que el 25% manifiesta que está de acuerdo y el 12.50% restante nos da a conocer que no está de acuerdo ni en desacuerdo en que las manifestaciones culturales son herencias que deben ser transmitidas de generación en generación para preservar las tradiciones.

5. ¿Considera necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales?

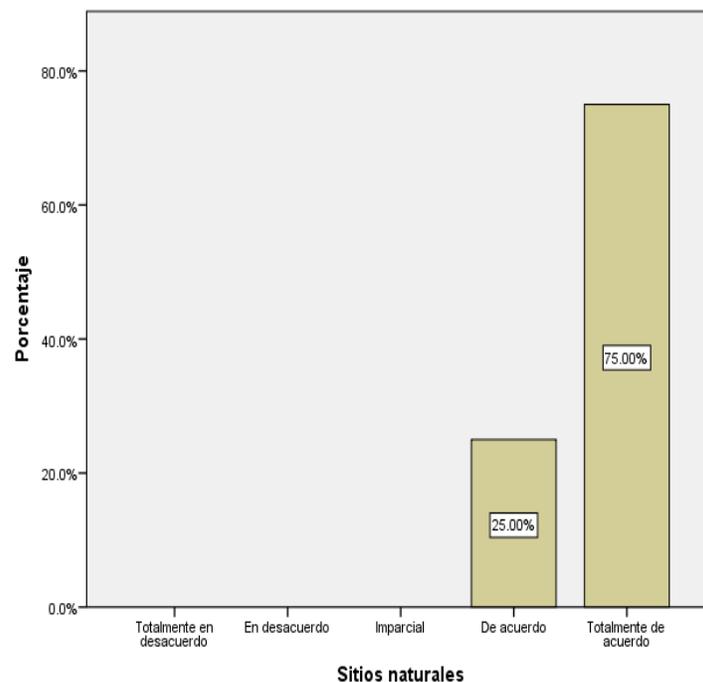
Tabla 44. Sitios naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	.8	25.0	25.0
	Totalmente de acuerdo	6	2.5	75.0	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 35. Sitios naturales



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 75% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que es necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales, mientras que el 25% restante manifiesta que está de acuerdo en que es necesario el cuidado y conservación de los sitios naturales.

6. ¿Cree que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente?

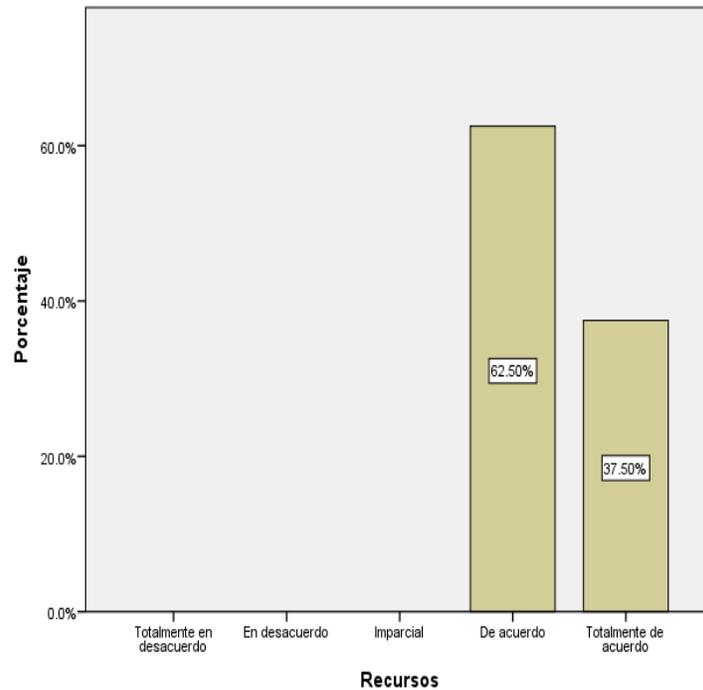
Tabla 45. Recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	2.1	62.5	62.5
	Totalmente de acuerdo	3	1.3	37.5	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 36. Recursos



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 62.50% de los encuetados se encuentra de acuerdo en que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente, mientras que el 37.50% restante manifiesta que está totalmente de acuerdo en que los recursos están aptos para ser explotados turísticamente.

7. ¿Considera necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela?

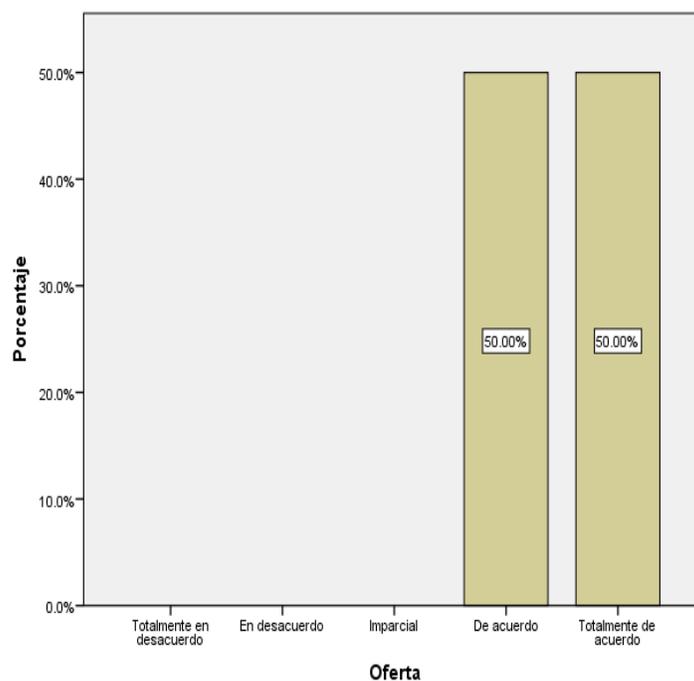
Tabla 46. Oferta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	1.7	50.0	50.0
	Totalmente de acuerdo	4	1.7	50.0	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 37. Oferta



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 50% está de acuerdo en considerar necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela, mientras que el otro 50% está totalmente de acuerdo en considerar necesario diversificar la oferta a través de la implementación de productos turísticos de la parroquia Puela.

8. ¿Cree que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela?

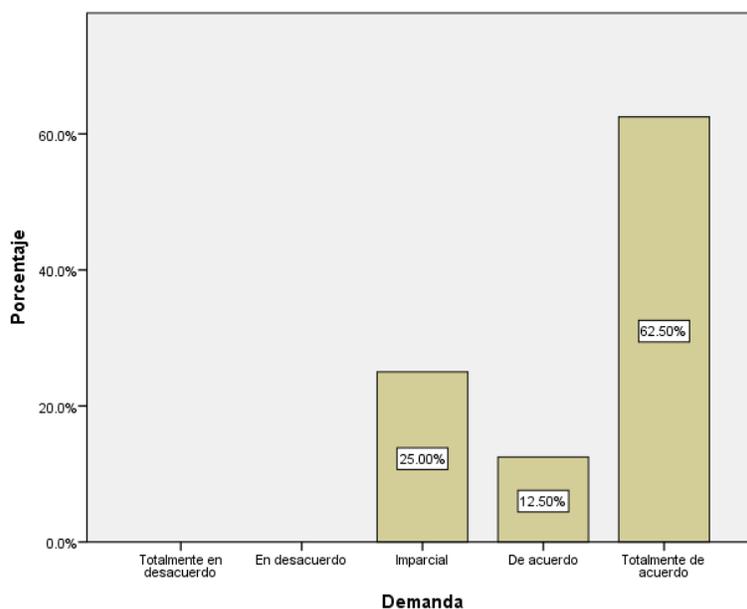
Tabla 47. Demanda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	2	.8	25.0	25.0
	De acuerdo	1	.4	12.5	37.5
	Totalmente de acuerdo	5	2.1	62.5	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 38. Demanda



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 62.50% está totalmente de acuerdo, mientras que el 25% manifiesta que no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.50% restante nos da a conocer que está de acuerdo en que es necesario tomar en cuenta las sugerencias de la demanda que visita la parroquia Puela.

9. ¿Considera necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela?

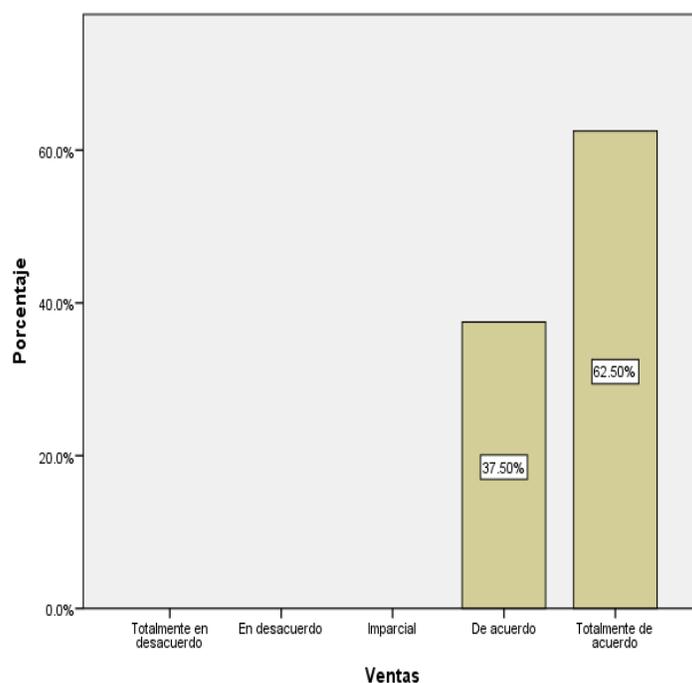
Tabla 48. Ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	1.3	37.5	37.5
	Totalmente de acuerdo	5	2.1	62.5	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 39. Ventas



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se determina que el 62.50% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo en considerar necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela y un 37.50% manifiesta que está de acuerdo en considerar necesario fortalecer la promoción turística de la parroquia Puela.

10. ¿Cree usted que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela?

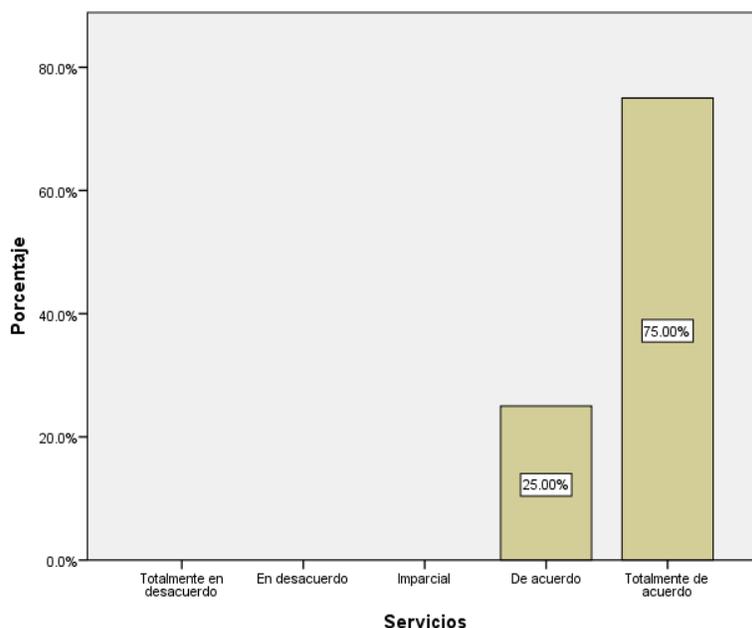
Tabla 49. Servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	.8	25.0	25.0
	Totalmente de acuerdo	6	2.5	75.0	100.0
	Total	8	3.4	100.0	
Perdidos	Sistema	230	96.6		
Total		238	100.0		

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 40. Servicios



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela se obtuvo que el 75% cree en su totalidad que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela, mientras que el 25% está de acuerdo en que existe necesidad de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y transporte en la parroquia Puela.

Anexo 11. Resultados de la Variable Independiente: Promoción Turística

Encuesta dirigida los habitantes de la parroquia Puela.

a) Género

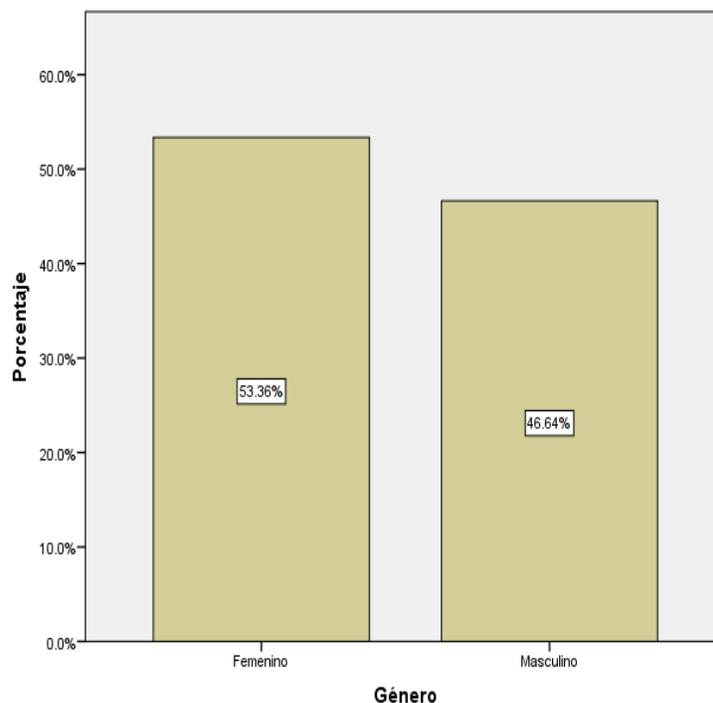
Tabla 50. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	127	53.4	53.4	53.4
	Masculino	111	46.6	46.6	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 41. Género



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Mediante los resultados obtenidos se determina que el 53.36% de los habitantes encuestados de la parroquia Puela pertenecen al género femenino y el 46.64% al género masculino.

b) Edad

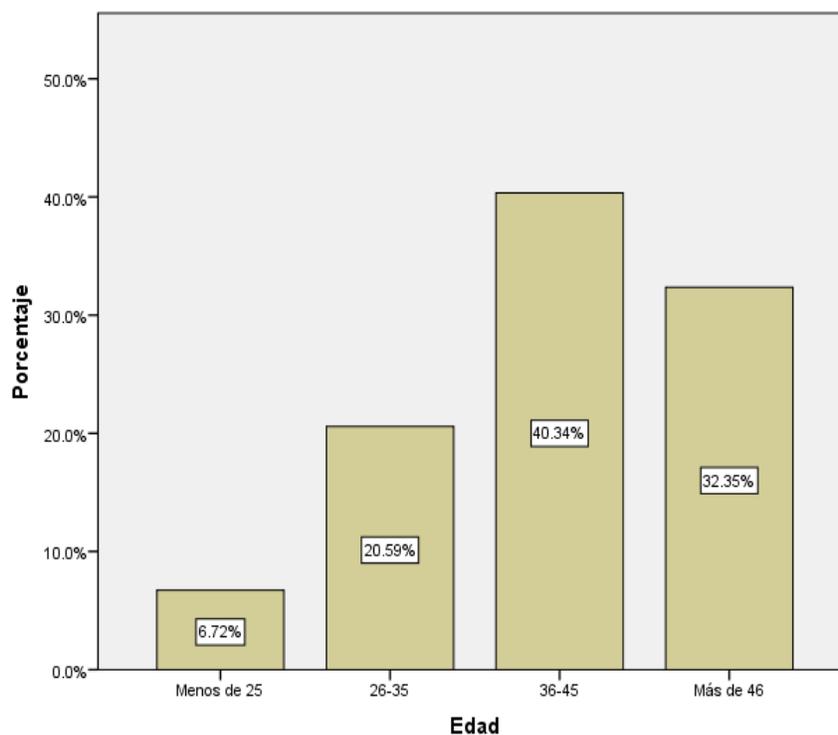
Tabla 51. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 25	16	6.7	6.7	6.7
	26-35	49	20.6	20.6	27.3
	36-45	96	40.3	40.3	67.6
	Más de 46	77	32.4	32.4	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 42. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos sobre la edad promedio de los habitantes de la parroquia Puela se determina que un 40.34% están en un rango de 36-45 años, mientras que un 32.35% están en un rango de 46 años en adelante, por lo tanto, un 20.59% abarca al rango de 26-35 años y un 6.72% a las personas menores a los 25 años.

c) Nivel de instrucción

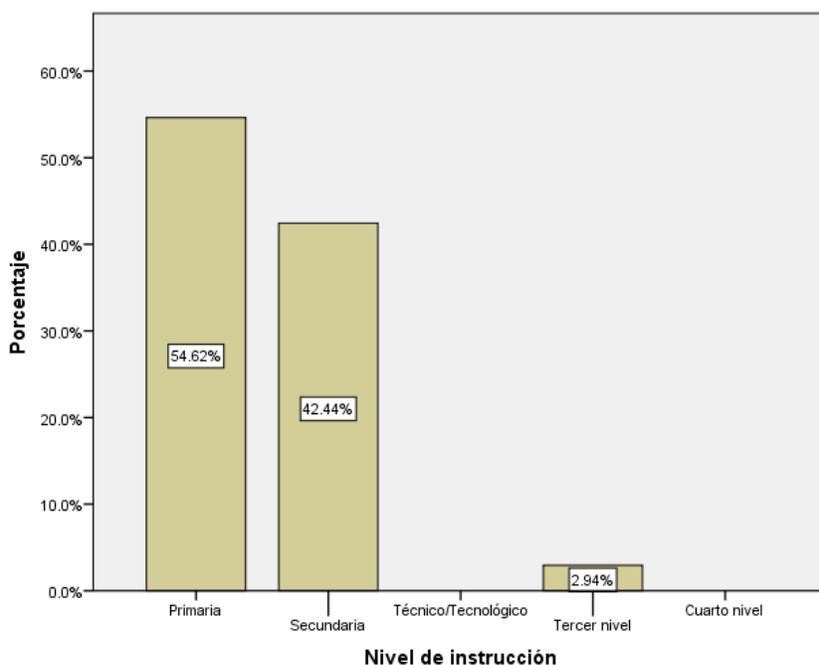
Tabla 52. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	130	54.6	54.6	54.6
	Secundaria	101	42.4	42.4	97.1
	Tercer nivel	7	2.9	2.9	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 43. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo al nivel de instrucción de los habitantes de la parroquia Puela el 54.62% de los encuestados posee una educación correspondiente a primaria, mientras que el 42.44% hace referencia a un nivel de educación secundaria y el 2.94% tiene un nivel de tercer nivel. De esta manera se determina que el porcentaje más alto pertenece al 54.62% con un nivel de educación de primaria.

1. ¿Considera necesario elaborar un plan de procedimientos secuenciales con la ayuda de diferentes instrumentos para una buena promoción turística?

Tabla 53. Procedimientos

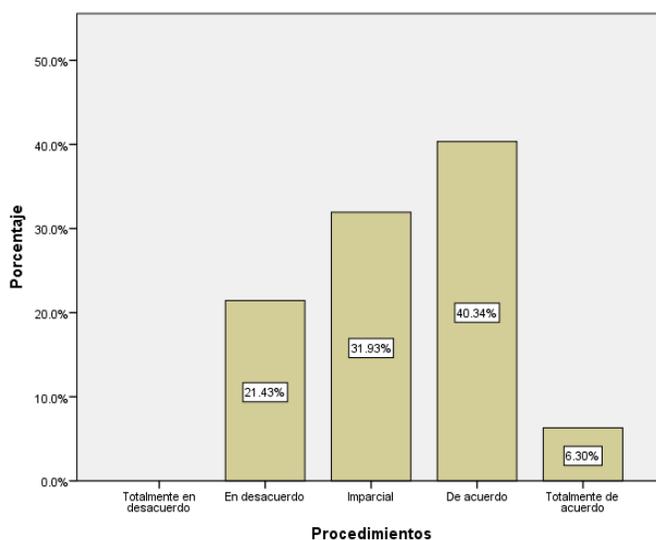
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	51	21.4	21.4	21.4
	Imparcial	76	31.9	31.9	53.4
	De acuerdo	96	40.3	40.3	93.7
	Totalmente de acuerdo	15	6.3	6.3	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente:

IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 44. Procedimientos



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 40.34% están de acuerdo, un 31.93% imparcial, mientras que un 21.43% está en desacuerdo y el 6.30% restante está totalmente de acuerdo, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela si consideran necesario elaborar un plan de procedimientos secuenciales con la ayuda de diferentes instrumentos para una buena promoción turística.

2. ¿Considera necesario cumplir con todas las normas impuestas por los entes reguladores?

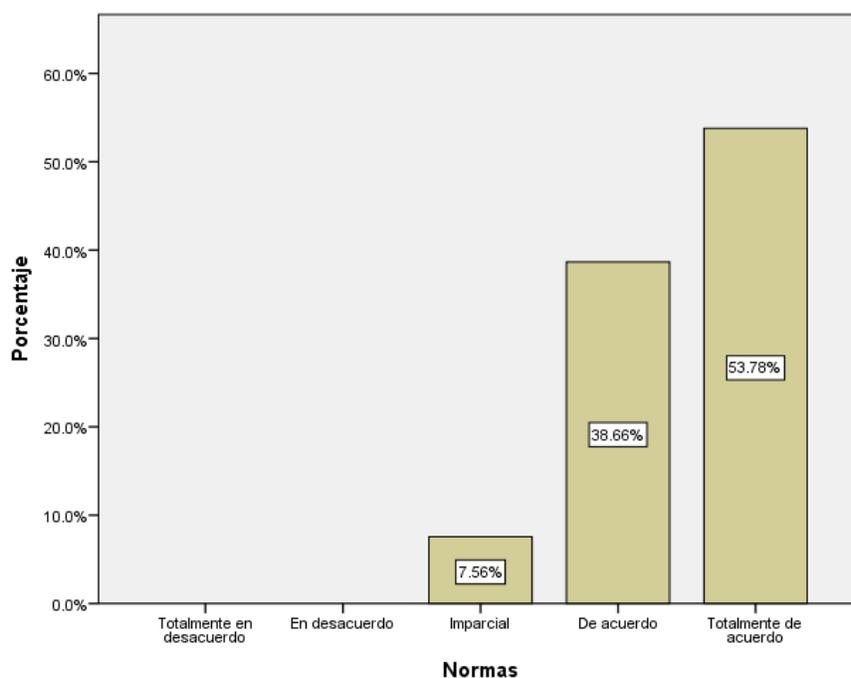
Tabla 54. Normas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Imparcial	18	7.6	7.6	7.6
	De acuerdo	92	38.7	38.7	46.2
	Totalmente de acuerdo	128	53.8	53.8	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 45. Normas



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 53.78% están totalmente de acuerdo, un 38.66% de acuerdo y el 7.56% restante responde de forma imparcial. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela consideran totalmente necesario cumplir con todas las normas impuestas por los entes reguladores.

3. ¿Cree usted que es indispensable cumplir con los protocolos establecidos por los entes reguladores del turismo?

Tabla 55. Protocolos

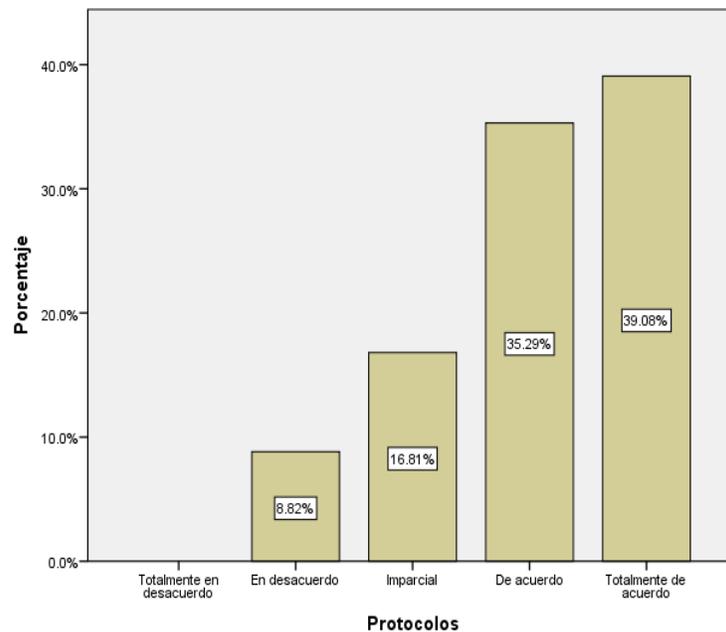
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	21	8.8	8.8	8.8
Imparcial	40	16.8	16.8	25.6
De acuerdo	84	35.3	35.3	60.9
Totalmente de acuerdo	93	39.1	39.1	100.0
Total	238	100.0	100.0	

Fuente:

IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 46. Protocolos



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 39.08% están totalmente de acuerdo, un 35.29% de acuerdo, mientras que un 16.81% responde de forma imparcial y el 8.82% está en desacuerdo. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela si creen que es indispensable cumplir con los protocolos establecidos por los entes reguladores del turismo.

4. ¿Considera necesario el seguimiento de promoción turística de la parroquia Puela?

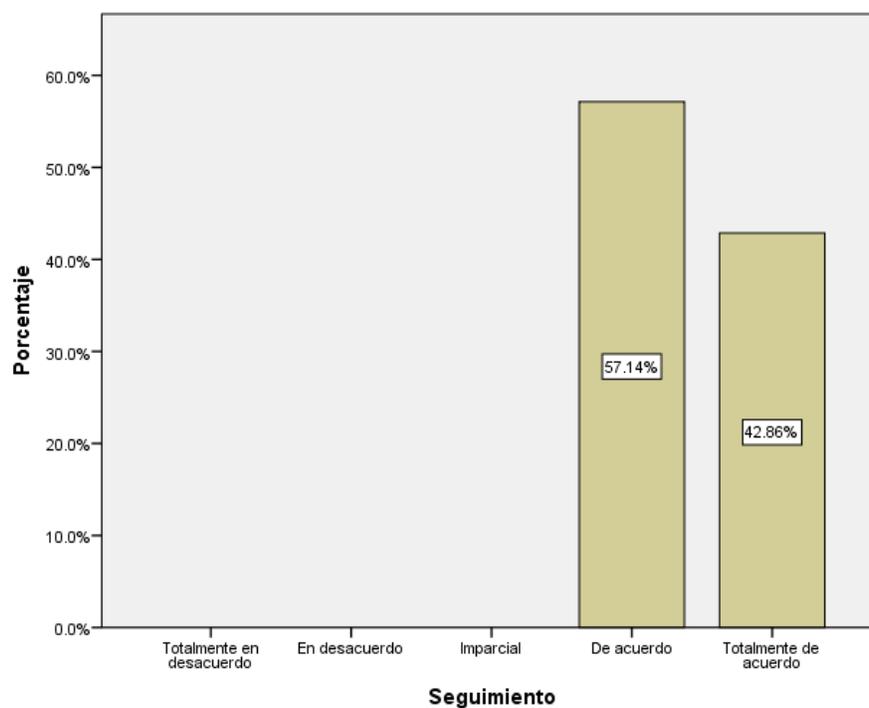
Tabla 56. Seguimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	136	57.1	57.1	57.1
	Totalmente de acuerdo	102	42.9	42.9	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 47. Seguimiento



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 57.14% están de acuerdo y el 42.86% totalmente de acuerdo, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela si consideran necesario el seguimiento de promoción turística de la parroquia Puela.

5. ¿Cree usted que la promoción turística de la parroquia Puela es la adecuada?

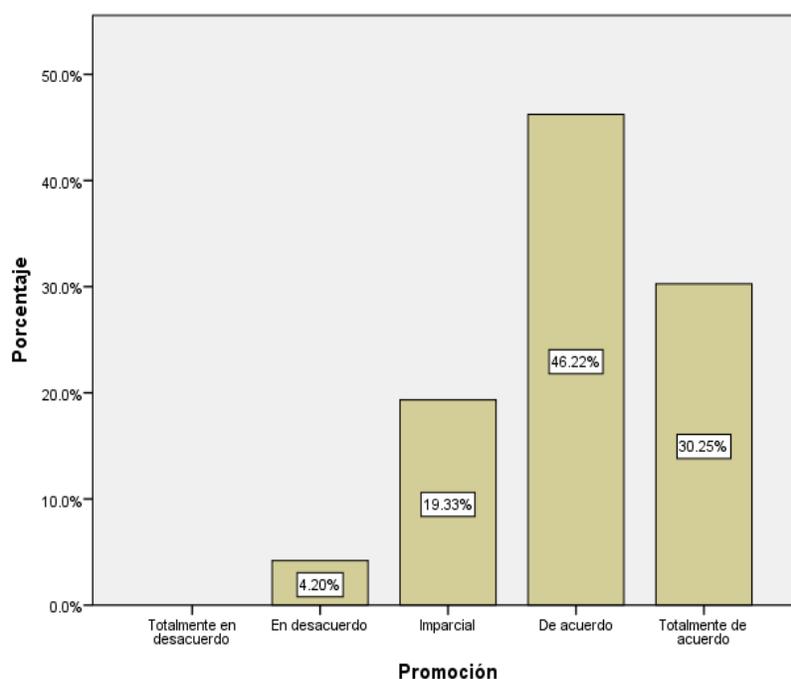
Tabla 57. Promoción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	10	4.2	4.2	4.2
Imparcial	46	19.3	19.3	23.5
De acuerdo	110	46.2	46.2	69.7
Totalmente de acuerdo	72	30.3	30.3	100.0
Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 48. Promoción



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 46.22% están de acuerdo, un 30.25% totalmente de acuerdo, mientras que un 19.33% responde de forma imparcial y el 4.20% en desacuerdo. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela creen que la promoción turística de la misma es la adecuada.

6. ¿Cree usted que se debería diseñar productos turísticos en la parroquia Puela?

Tabla 58. Productos

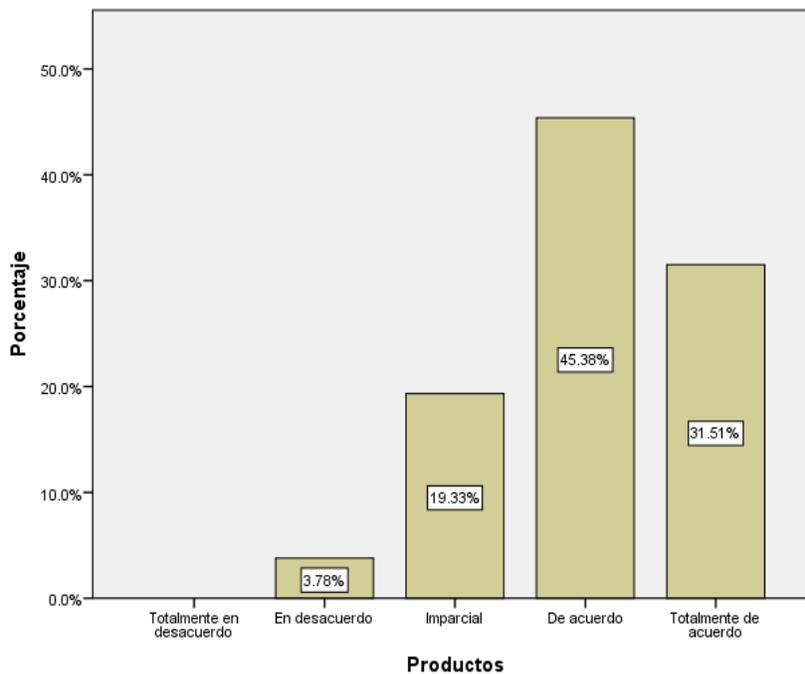
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	9	3.8	3.8	3.8
Imparcial	46	19.3	19.3	23.1
De acuerdo	108	45.4	45.4	68.5
Totalmente de acuerdo	75	31.5	31.5	100.0
Total	238	100.0	100.0	

Fuente:

IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 49. Productos



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 45.38% están de acuerdo, un 31.51% totalmente de acuerdo, mientras que un 19.33% responde de forma imparcial y el 3.78% restante está en desacuerdo, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela si creen que se debería diseñar productos turísticos en la misma.

7. ¿Considera que los precios de los servicios y actividades son adecuados?

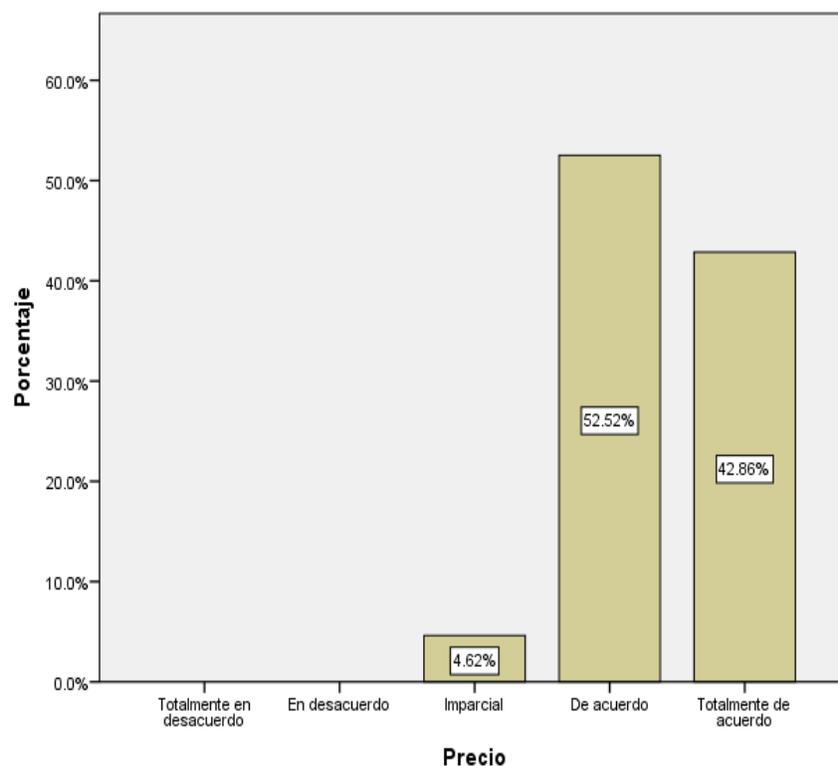
Tabla 59. Precio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Imparcial	11	4.6	4.6	4.6
De acuerdo	125	52.5	52.5	57.1
Totalmente de acuerdo	102	42.9	42.9	100.0
Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 50. Precio



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 52.52% están de acuerdo, un 42.86% totalmente de acuerdo y el 4.62% responde de forma imparcial, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela consideran que los precios de los servicios y actividades si son adecuados.

8. ¿Cree usted que es viable tomar en cuenta las necesidades de los turistas?

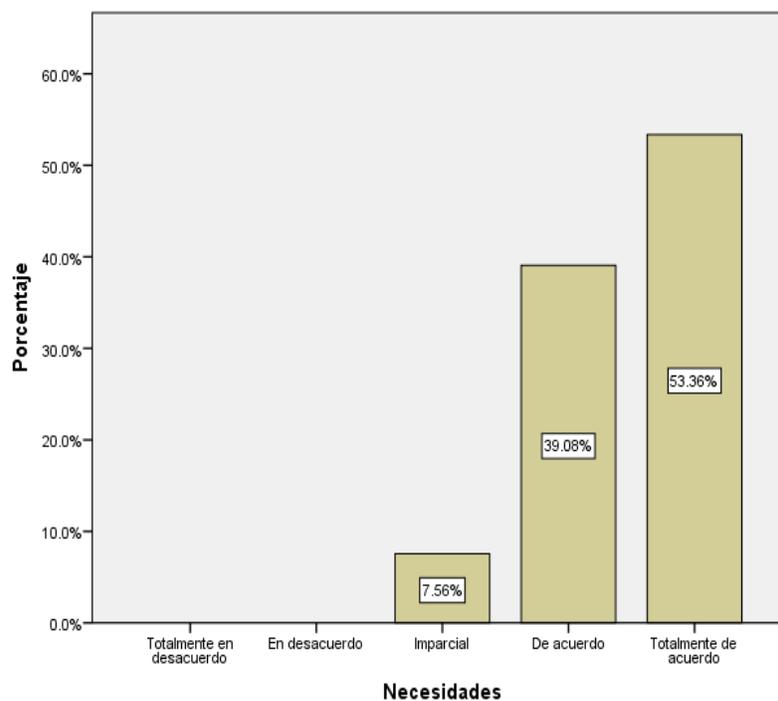
Tabla 60. Necesidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Imparcial	18	7.6	7.6	7.6
De acuerdo	93	39.1	39.1	46.6
Totalmente de acuerdo	127	53.4	53.4	100.0
Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 51. Necesidades



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 53.36% están totalmente de acuerdo, mientras que un 39.08% están de acuerdo y el 7.56% responde de forma imparcial. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela creen que si es viable tomar en cuenta las necesidades de los turistas.

9. ¿Cree usted que es indispensable analizar las preferencias de los turistas?

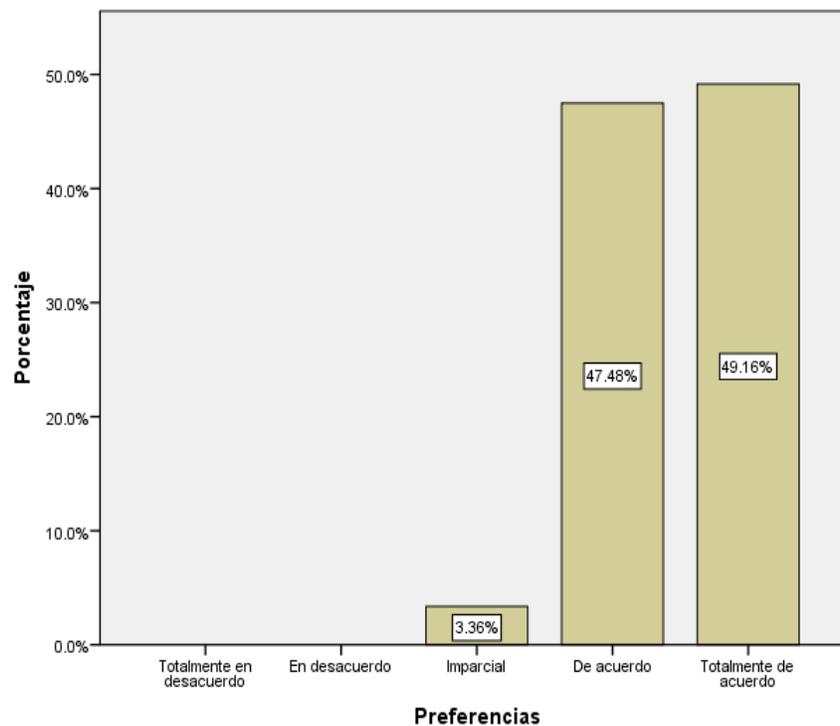
Tabla 61. Preferencias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Imparcial	8	3.4	3.4	3.4
De acuerdo	113	47.5	47.5	50.8
Totalmente de acuerdo	117	49.2	49.2	100.0
Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 52. Preferencias



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela se demuestra que un 49.16% están totalmente de acuerdo, un 47.48% de acuerdo y un 3.36% responde de forma imparcial, por lo tanto, se concluye diciendo que los habitantes de la parroquia Puela creen que si es indispensable analizar las preferencias de los turistas.

10. ¿Cree usted que la calidad del servicio ayuda a la satisfacción del cliente?

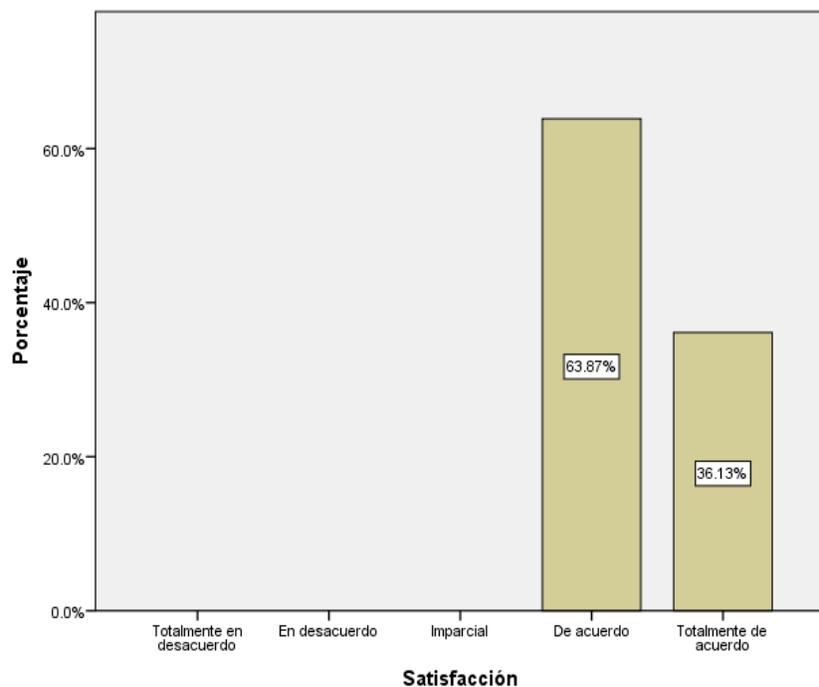
Tabla 62. Satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	152	63.9	63.9	63.9
	Totalmente de acuerdo	86	36.1	36.1	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

Fuente: IMB SPSS Versión 22

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Figura 53. Satisfacción



Fuente: Encuestas aplicadas 2021

Elaborado por: Ruiz, V. 2021

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Puela demuestran que un 63.87% están de acuerdo, un 36.13% totalmente de acuerdo. En conclusión, se evidenció que los habitantes de la parroquia Puela creen que la calidad del servicio si ayuda a la satisfacción del cliente.