



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

Turismo educativo y producto turístico en la parroquia Cebadas, cantón
Guamote, provincia de Chimborazo

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

Autor:

Cazorla Vallejo Fernanda Belén

Tutor:

Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga

Riobamba, Ecuador. 2023

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Fernanda Belén Cazorla Vallejo, con cédula de ciudadanía 060435252-6, autora del trabajo de investigación titulado: “Turismo educativo y producto turístico en la parroquia Cebadas, Cantón Guamote, provincia de Chimborazo”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 25 de octubre del 2023



Fernanda Belén Cazorla Vallejo

C.I: 060345252-6

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 "Turismo Educativo y Producto Turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo", presentado por Fernanda Belén Cazorla Vallejo, con cédula de identidad número 060435252-6, 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 octubre de 2023

Dr. José Álvarez Román, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Andrea Garrido Patrel.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



M.T.E.F.L. Andrea Ribadeneira Vacacela.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Germán Pacheco Sanunga, PhD.
TUTOR



CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "Turismo Educativo y Producto Turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo", presentado por Fernanda Belén Cazorla Vallejo, con cédula de identidad número 060435252-6, bajo la tutoría de Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga, PhD; 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 octubre de 2023.

Presidente del Tribunal de Grado
Dr. José Álvarez Román, PhD.



Firma

Miembro del Tribunal de Grado
Mgs. Andrea Garrido Patrel



Firma

Miembro del Tribunal de Grado
M.T.E.F.L. Andrea Sofia Ribadeneira



Firma



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.20
VERSION 02: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **CAZORLA VALLEJO FERNANDA BELÉN** con CC: **060435252-6**, estudiante de la Carrera **DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, NO VIGENTE**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**, cumple con el 6%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **ORIGINAL BY TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 18 de julio de 2023



HÉCTOR GERMAN
PACHECO SANUNGA

Héctor Pacheco Sanunga
TUTOR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

DEDICATORIA

A mis padres Ángel Cazorla y Marcela Vallejo, a mis hermanos David y Francisco que se encuentran lejos, a mi pequeña hermana Mishellita, a mis abuelitos Delia, Olga y Rodolfo, gracias a su amor incondicional, apoyo constante, confianza y sacrificio han sido la fuerza impulsora detrás de mi camino académico.

A mi ángel guardián que desde el cielo me cuida y guía a pesar de que no está a mi lado: Ángel Cazorla Sarabia.

Sin ustedes, nada de esto habría sido posible.

Fernanda Cazorla

AGRADECIMIENTO

La gratitud es la memoria del corazón, en primer lugar, mi más profundo agradecimiento a Dios quien ha sido mi guía y fortaleza a lo largo de este proceso, a mis padres, a mis hermanos, abuelitos y demás familiares, por sus palabras de estímulo y apoyo incondicional, han sido un gran impulso para alcanzar mis metas académicas.

A mi tutor de tesis, cuya orientación y paciencia infinita han sido invaluable en el desarrollo de este trabajo.

A los docentes de la carrera de Gestión Turística y Hotelera, quienes con su dedicación y pasión por la enseñanza han dejado una huella imborrable en mi formación académica.

Y finalmente, quiero expresar mi agradecimiento a mi compañero de vida, quien ha estado a mi lado en cada paso del camino, me ha ayudado a seguir adelante y ser mejor cada día.

Fernanda Cazorla

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.....	
1. CAPÍTULO I: ITRODUCCIÓN.....	17
1.1 Planteamiento del problema	18
1.2 Formulación de problema.....	18
1.2.1 Problema general	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Justificación	18
1.3.1 Justificación teórica.....	19
1.3.2 Justificación práctica	19
1.3.3 Justificación metodológica.....	19
1.3.4 Objetivo General	19
1.3.5 Objetivos Específicos	19
1.4 Hipótesis.....	20
1.4.1 Hipótesis general	20
1.4.2 Hipótesis específica	20
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.	21
2.1 Antecedentes.....	21
2.2 Estado del arte	22
2.2.1 Variable dependiente: Turismo Educativo	22
2.2.2 Variable independiente: Producto turístico	23
2.3 Marco teórico.....	23
2.3.2 Bases teóricas de la variable independiente.....	26

3.	3. CAPÍTULO III. METODOLOGIA.	30
3.1	Tipo y Diseño de la Investigación.....	30
3.2	Tipo de investigación.....	30
3.2.1	Investigación documental.....	30
3.2.2	Investigación descriptiva	30
3.2.3	Investigación correlacional	30
3.2.4	Investigación de campo.....	30
3.3	Diseño de la investigación.....	31
3.3.1	Diseño No Experimental	31
3.3.2	Diseño transversal.....	31
3.4	Enfoque de la investigación.....	31
3.4.1	Enfoque cuantitativo	31
3.5	Unidad de análisis	31
3.6	Población y muestra de estudio	32
3.7	Tamaño de la muestra	32
	No total.....	33
3.8	Operacionalización de variables y matriz de consistencia	33
3.9	Técnicas e instrumento.....	33
3.10	Validez del Instrumento	34
3.11	Confiabilidad de instrumentos	34
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
4.1	Análisis y discusión de los resultados	37
4.1.1	Análisis y discusión de resultados de la variable independiente "Turismo Educativo"	37
4.1.2	Análisis y discusión de resultados de la variable dependiente "Producto Turístico"	39
4.2	Discusión.....	41
4.3	Prueba de hipótesis	41
4.4	Hipótesis general	42
4.4.1	Planteamiento de la hipótesis	42

4.4.2	Nivel de significancia.....	42
4.4.3	Prueba estadística	42
4.4.4	Toma de decisión.....	43
4.5	Prueba de hipótesis específicas	43
4.5.1	Prueba de hipótesis específica 1	43
4.5.2	Nivel de significancia.....	43
4.5.3	Prueba estadística	43
4.5.4	Toma de decisión.....	43
4.6	Prueba de hipótesis específica 2.....	44
4.6.1	Planteamiento de la hipótesis	44
4.6.2	Nivel de significancia.....	44
4.6.3	Prueba estadística	44
4.6.4	Toma de decisiones.....	44
4.7	Prueba de hipótesis específica 3.....	44
4.7.1	Planteamiento de la hipótesis	44
4.7.2	Nivel de significancia.....	44
4.7.3	Prueba estadística	45
4.7.4	Toma de decisión.....	45
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	46
5.1	Conclusiones	46
5.2	Recomendaciones	46
6.	Propuesta.....	48
6.1	Conclusiones	54
6.1.1	Recomendaciones	54
7.	Anexos.....	59
8.	Anexo 1. Árbol de problema.....	59
9.	Anexo 2. Matriz de Operacionalización	60
	Anexo 3: Matriz de consistencia	62
10.	62
11.	Anexo 4. Encuesta – Turismo Educativo	64

12.	Anexo 5. Encuesta- Producto Turístico	66
13.	Anexo 6. Validación de encuestas	68
14.	Anexo 7. Oficio solicitud de encuestas	72
15.	Anexo 8. Oficio aprobación de encuestas	74
16.	Anexo 9. Resultados de la encuesta población (Turismo Educativo).....	76
17.	ANEXO 10: Resultados de la encuesta (Producto Turístico)	89

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Estudiantes encuestados	33
Tabla 2. Jefes de familia encuestados	33
Tabla 3. Validación de expertos.....	34
Tabla 4. Calificación Alpha de Cronbach	35
Tabla 5. Variable independiente “Turismo educativo”	35
Tabla 6. Variable independiente “Producto turístico”	35
Tabla 7. Resultado y discusión variable independiente	37
Tabla 8. Resultado y discusión variable dependiente	39
Tabla 9. Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Sperman.....	42
Tabla 10. Prueba de hipótesis general	42
Tabla 11. Prueba de hipótesis específica 1	43
Tabla 12. Prueba de hipótesis específica 2	44
Tabla 13. Prueba de hipótesis específica 3	45
Tabla 14. Análisis FODA	49
Tabla 15. Proyecto: 1. “Experiencia enriquecedora de viaje: Descubriendo Cebadas paso a paso”	50
Tabla 16. "Rutas ancestrales: Descubriendo la sabiduría milenaria de Cebadas"	51
Tabla 17. Proyecto: 3. “Intercambio académico intercultural: Conectando mentes y culturas”	52
Tabla 18. Presupuesto del programa	52
Tabla 19. Cronograma del programa	53
Tabla 20. Seguimiento del programa.....	53
Tabla 21. Matriz de Operacionalización	60
Tabla 22. Matriz de consistencia.....	62
Tabla 23. Género	76
Tabla 24. Edad.....	76
Tabla 25. Semestre	77
Tabla 26. Interés de viaje	78
Tabla 27. Atención al cliente.....	79
Tabla 28. Atractivos turísticos.....	80
Tabla 29. Memoria ancestral	81
Tabla 30. Preservación	82
Tabla 31. Comunidad local	83
Tabla 32. Programas académicos.....	84
Tabla 33. Movilidad estudiantil	85
Tabla 34. Desplazamiento temporal	86
Tabla 35. Estructurar el turismo educativo.....	87
Tabla 36. Género	89

Tabla 37. Edad.....	90
Tabla 38. Nivel de instrucción.....	91
Tabla 39. Alimentos y bebidas	92
Tabla 40. Alojamiento	93
Tabla 41. Guianza	94
Tabla 42. Recursos naturales	95
Tabla 43. Recursos culturales	96
Tabla 44. Accesibilidad	97
Tabla 45. Facilidades turísticas.....	98
Tabla 46. Servicios básicos	99
Tabla 47. ¿Es conveniente mejorar el producto turístico en la Parroquia Cebadas?.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género	76
Gráfico 2. Edad.....	77
Gráfico 3. Semestre	78
Gráfico 4. Interés de viaje	79
Gráfico 5. Atención al cliente.....	80
Gráfico 6. Atractivos turísticos	81
Gráfico 7. Memoria ancestral	82
Gráfico 8. Preservación	83
Gráfico 9. Comunidad local	84
Gráfico 10. Programas académicos	85
Gráfico 11 .Movilidad estudiantil	86
Gráfico 12. Desplazamiento temporal	87
Gráfico 13. Estructurar el turismo educativo.....	88
Gráfico 14: Género Producto Turística.....	89
Gráfico 15. Edad Producto Educativo	90
Gráfico 16. Nivel de instrucción	91
Gráfico 17.. Alimentos y bebidas.....	92
Gráfico 18. Alojamiento	93
Gráfico 19. Guianza	94
Gráfico 20. Recursos naturales	95
Gráfico 21. Recursos culturales	96
Gráfico 22. Accesibilidad	97
Gráfico 23. Facilidades turísticas.....	98
Gráfico 24. Servicios básicos	99
Gráfico 25. Mejorar el producto turístico.....	100

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se titula: “TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, tiene como objetivo establecer la relación que existe entre el turismo educativo y el producto turístico de la parroquia Cebadas del Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo. Se utilizó una metodología de investigación documental y correlacional, con un diseño de estudio no experimental. La investigación consta de dos etapas; la primera, a través del uso de encuestas dirigidas a 136 estudiantes matriculados en el periodo 2023 1S, de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo y la segunda, mediante encuestas dirigidas a 176 jefes de familia residentes en el Centro de la Parroquia de Cebadas. Se empleó el programa estadístico SPSS, para determinar confiabilidad de los instrumentos mediante el método de Alfa de Cronbach y se utilizó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para comprobar las hipótesis planteadas. Con base a los resultados obtenidos, se concluyó que el turismo educativo no se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas. Sin embargo, se destacó que el 97,4% de encuestados consideran que es conveniente estructurar el turismo educativo debido a su capacidad para combinar el turismo con el aprendizaje y la educación. Como resultado de este estudio, se propone la implementación de un programa de turismo educativo que consta de tres proyectos educativos, que tienen como objetivo brindar a los visitantes una experiencia enriquecedora que les permita aprender, disfrutar y conocer la riqueza cultural y natural del lugar.

Palabras claves: Turismo educativo, producto turístico

Abstract

The aim of this research is to establish the connection between educational tourism and the tourist industry in Cebadas parish, Guamote canton, Chimborazo province. The research methodology used was documentary and correlational, with a non-experimental study design. The investigation consists of two stages; the first, through the use of surveys addressed to 136 students enrolled in the period 2023 1S, of the Tourism career of the National University of Chimborazo and dimensions of: tourist motivation, ancestral knowledge and academic exchange were evaluated and the second, through surveys directed to 176 heads of family residing in the center of the parish of Cebadas, focusing on aspects such as: tourist services, tourist resources and infrastructure, through the analysis of information it was evidenced that 97.4% of respondents consider that it is convenient to structure educational tourism due to its ability to combine tourism with learning and education. Through the verification of hypotheses, it was shown that there is no relationship between educational tourism and the tourist product, which is why it proposes the implementation of an educational tourism program that consists of three educational projects, whose objective is to provide visitors with an enriching experience that allows them to learn, enjoy and learn about the cultural and natural wealth of the place.

Keywords: Educational tourism, Tourism product.



Reviewed by:
Mgs. Hugo Solis Viteri
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603450438

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.

La parroquia Cebadas, ubicada en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo, ha identificado el deficiente producto turístico del sector. Por lo tanto, el objetivo principal de esta investigación es determinar la relación entre el turismo educativo y el producto turístico en la parroquia Cebadas.

Uno de los principales desafíos identificados en esta problemática es la falta de conocimiento sobre el turismo educativo, lo que ha llevado a un desconocimiento de las perspectivas y oportunidades que brinda. A pesar de contar con un rico patrimonio cultural y natural, la comunidad ha experimentado pérdidas culturales y un desarrollo turístico desfavorable.

Esta investigación utilizó una metodología de investigación documental y correlacional, con un diseño de estudio no experimental, tomando en cuenta la colaboración de los estudiantes matriculados en el periodo 2023 1S, de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) de ahora en adelante y de los habitantes que habitan en el centro de la parroquia de Cebadas, quienes a futuro podrán beneficiarse de los resultados de este estudio.

Es fundamental destacar la participación de los actores involucrados en esta investigación, ya que su contribución es esencial para garantizar la veracidad de los estudios realizados y alcanzar los objetivos planteados durante el período de recolección de datos, que proporcionarán información relevante para generar temas de investigación adicionales. La estructura de este trabajo consta de los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Se aborda el problema central de la investigación, su importancia y las posibles soluciones, estableciendo los objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II: En el marco teórico y estado del arte, se presentan conceptos y definiciones relacionados con el tema de estudio, proporcionando al investigador una base sólida para comprender el problema y sus posibles soluciones.

CAPÍTULO III: Se describe la metodología utilizada, que incluye las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, la selección de la muestra, la operacionalización de las variables y la elaboración de una matriz de consistencia. Además, se realiza la validación de los instrumentos empleados en la investigación, seguida de su interpretación.

CAPÍTULO IV: Se presentan y discuten los resultados obtenidos, recopilados en el capítulo anterior, a través de la presentación y discusión de estos. También se lleva a cabo la comprobación de las hipótesis establecidas.

CAPÍTULO V: Se presentan las conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados y análisis realizados.

Finalmente se presenta la propuesta, basada en los hallazgos y resultados obtenidos a lo largo de la investigación.

1.1 Planteamiento del problema

La parroquia Cebadas, ubicada en la provincia de Chimborazo, Ecuador, enfrenta problemas en su sector turístico debido a diversas causas. Una de ellas es el escaso conocimiento sobre el turismo educativo en la comunidad, lo que limita la capacidad de ofrecer experiencias turísticas de calidad y aprovechar las oportunidades de desarrollo económico y social que este segmento ofrece. Además, la falta de información y difusión sobre los servicios turísticos existentes dificulta el acceso de los visitantes y afecta la percepción del destino turístico, disminuyendo el interés de potenciales visitantes y limitando el desarrollo económico local. La insuficiente infraestructura turística, que incluye alojamientos, restaurantes y transporte, también contribuye a la problemática al limitar la oferta de productos turísticos de calidad y las oportunidades laborales. Por último, el desconocimiento de los recursos turísticos disponibles en la parroquia dificulta su promoción y desarrollo, afectando la atracción de turistas, la inversión en el sector y el impacto económico positivo que el turismo podría tener en la comunidad.

En particular, la parroquia Cebadas, un pintoresco pueblo prehistórico ubicado en el Cantón Guamote posee un gran potencial turístico tanto en términos naturales como culturales. Entre sus atractivos naturales se encuentran lagunas, páramos andinos, ríos, lagos y cascadas, mientras que en el ámbito cultural se destacan las costumbres, tradiciones, mitos, leyendas y ritos. A pesar de estos valiosos recursos, la parroquia Cebadas no ha logrado desarrollar un turismo educativo que aproveche plenamente el producto turístico local debido al desconocimiento en la materia. Por lo tanto, se pretende que los visitantes aprendan mientras viajan y satisfacer sus necesidades para obtener una experiencia turística integral.

1.2 Formulación de problema

1.2.1 Problema general

- ¿De qué manera se relaciona el turismo educativo con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera se relaciona la motivación de viaje con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?
- ¿De qué manera se relaciona los saberes ancestrales con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?
- ¿De qué manera se relaciona el intercambio académico con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

1.3 Justificación

El turismo educativo, como una modalidad que combina el aprendizaje con la experiencia de viaje, ofrece la oportunidad de enriquecer la cultura de los turistas y promover el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Sin embargo, en la parroquia Cebadas se enfrenta una serie de desafíos que limitan el desarrollo de esta modalidad turística y la calidad del producto turístico disponible, por lo que se propone investigar y desarrollar un programa que promueva el turismo educativo y mejore la calidad del producto turístico, para

impulsar el desarrollo sostenible del turismo en la parroquia, generando oportunidades económicas para la comunidad local y fomentando la preservación y valoración de los recursos naturales y culturales.

1.3.1 Justificación teórica

El objetivo principal de este trabajo de investigación es abordar el problema del déficit producto turístico en la parroquia Cebadas, provincia de Chimborazo, desde la perspectiva del turismo educativo. Mediante un estudio correlacional, se busca describir y comprender la situación actual, tomando en cuenta a la población de la parroquia como beneficiarios directos. A través de nuevas investigaciones y la adquisición de nuevos conocimientos teóricos, este estudio servirá como referencia para docentes y estudiantes, brindando una base sólida para el desarrollo de estrategias que impulsen el turismo educativo y mejoren la oferta turística local.

1.3.2 Justificación práctica

Mediante el estudio de la relación entre el turismo educativo y el producto turístico, se busca desarrollar actividades concretas y factibles que contribuyan a mejorar la oferta turística local y generar un impacto positivo en la comunidad, mediante el estudio se plantea una propuesta para generar un cambio real y tangible en la oferta turística de la parroquia Cebadas, beneficiando tanto a la comunidad local como a los visitantes y promoviendo un turismo sostenible y enriquecedor.

1.3.3 Justificación metodológica

La metodología utilizada en la investigación servirá de referencia para futuros proyectos de investigación relacionados a la temática, El diseño correlacional seleccionado permitirá estudiar las variables del turismo educativo y el producto turístico de manera integral, a través de encuestas aplicadas a la población relevante. El procesamiento de los resultados mediante el uso de la herramienta SPSS brindará la oportunidad de realizar un análisis estadístico exhaustivo y transversal, que permitirá obtener una visión clara y cuantificable del estado actual de la parroquia en relación con el turismo educativo.

Objetivos

1.3.4 Objetivo General

- Determinar la relación entre el turismo educativo y el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

1.3.5 Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre la motivación de viaje con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación entre los saberes ancestrales con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación entre el intercambio académico con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general

- El turismo educativo se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

1.4.2 Hipótesis específica

- La modalidad de viaje se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Los saberes ancestrales se relacionan con el producto turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo
- El intercambio académico se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes

La presente investigación se realiza mediante la búsqueda en fuentes secundarias como artículos científicos, tesis, de estudios previos existentes sobre el tema a tratar, con el fin de originar bases estructuradas y fundamento correcto sobre el turismo educativo y el producto turístico, los temas de investigación más sobresalientes se redactan a continuación.

De acuerdo a los autores Jiménez et al. (2023) en el artículo de la revista VARONA denominado “Los principios de la Educación Avanzada, sustento de la superación en el sistema de Turismo”, da a conocer la importancia en el ámbito turístico, que son esenciales para el crecimiento de : hoteles, restaurantes, agencias de viajes , guías turísticas, entre otros, ya que ayuda en el desarrollo personal y profesional, debido a que no solo se adquiere conocimientos técnicos, sino también de valores humanos para mejorar el desempeño laboral. El objetivo es dar a conocer cómo la aplicación de los principios de la Educación Avanzada favorece a la formación y capacitación del personal en el sector turístico.

El autor López (2023), en el trabajo de investigación , titulado “Gestión de la actividad turística de las agencias de viajes en el sector educativo, Lima 2022”, menciona la importancia de la gestión del turismo educativo para estudiantes de primaria y secundaria. Su objetivo es promover las costumbres, fomentar actividades responsables y priorizar los aspectos ambientales, culturales y sociales. El turismo estudiantil es un elemento pedagógico y formador de cultura y tradición, que permite a los estudiantes apreciar el valor del patrimonio natural y cultural, contribuyendo así a la enseñanza de los docentes. Además, el turismo educativo promueve la comprensión de los estudiantes, no solo sobre situaciones que puedan presentarse, sino también sobre el desarrollo económico y la importancia del turismo para la localidad y país. Los estudiantes deben ser educados desde una temprana edad sobre la importancia del turismo, para ampliar sus horizontes y desarrollar un apego duradero a sus raíces, este tipo de modalidad de estudio promueve el conocimiento cultural, el desarrollo sostenible y el crecimiento personal de los estudiantes.

Según los autores Sánchez et al. (2022), en el artículo de la revista de Ciencias Sociales denominado “Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador”, propone una metodología para diseñar un producto turístico de naturaleza en la comunidad rural "La Esperanza" en Ecuador, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y aprovechar los recursos naturales y culturales de la zona. Mediante la integración de los componentes del sistema turístico, la investigación de mercado y el marketing estratégico, se busca promover el desarrollo sostenible y generar ingresos económicos para la comunidad, a la vez que se fomenta la conservación de los recursos naturales. Este enfoque contribuirá al fortalecimiento del turismo de naturaleza y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la actividad turística de la comunidad rural objeto de estudio.

Según Pinargote & Montier (2022), en el trabajo de investigación denominado “Diseño de un producto turístico cultural en la parroquia Salango, Cantón Puerto López”, tiene como objetivo principal diseñar un producto turístico cultural en la parroquia Salango, con el fin de fomentar el turismo y aprovechar los atractivos potenciales de la zona. Se realizó un inventario exhaustivo de los diferentes atractivos turísticos, tanto culturales como

naturales, identificando aquellos que poseen un mayor potencial para incluirlos en el producto turístico. Además, se llevó a cabo un análisis de la oferta turística existente en la parroquia y se evaluaron las facilidades disponibles para satisfacer las necesidades de los turistas. Por otro lado, se realizó un estudio de la demanda mediante encuestas en línea, con el objetivo de comprender las preferencias y expectativas de los turistas. Con toda esta información recopilada, se diseñaron tres productos turísticos culturales, que incluyen itinerarios y presupuestos ajustados al mercado, buscando ofrecer experiencias atractivas y en línea con las demandas de los visitantes, con la finalidad de impulsar el turismo y promover el desarrollo económico en la parroquia Salango.

Según Riquelme (2022), en el artículo de la Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimientos y Educación denominado “Productos turísticos creativos e innovadores. Potencialidades de destinos turísticos cubanos”, da a conocer la innovación en el sector turística para generar la lealtad de los consumidores. Se realizó un exhaustivo análisis de la literatura existente y se identificaron factores clave para la innovación de productos turísticos creativos. Entre estos factores se encuentran la autenticidad, la co-creación, la atraktividad y la memorabilidad. Además, se encontró que la calidad de la experiencia, la satisfacción y el valor percibido también influyen en la formación de la lealtad de los consumidores. Los resultados de la investigación resaltan la necesidad de desarrollar aún más la innovación de productos turísticos y aprovechar el potencial creativo, el patrimonio y la identidad cultural de los destinos turísticos, como es el caso de Cuba. Sin embargo, también se reconoce el desafío de mejorar la tecnología para una mejor comercialización turística. En conclusión, esta investigación ofrece información valiosa para las organizaciones turísticas que buscan mejorar su oferta y fomentar la lealtad de los consumidores a través de la innovación.

Según Sinaluisa (2022), en el trabajo de investigación denominado “Diseño de un producto turístico para la parroquia Matus, cantón Penipe, provincia de Chimborazo”, tiene como objetivo diseñar un producto turístico para la parroquia Matus en el cantón Penipe, provincia de Chimborazo, Ecuador. Se empleó una metodología que combinó investigación bibliográfica y de campo para evaluar la viabilidad comercial, técnica, socioambiental, legal y económica del proyecto. Se realizaron encuestas para analizar la demanda y se establecieron estrategias de mercado basadas en el Marketing Mix. Además, se llevaron a cabo estudios sobre la localización, los costos, la oferta turística existente y la factibilidad socioambiental. El análisis económico-financiero incluyó el presupuesto, las fuentes de financiamiento y los indicadores financieros. Los resultados demostraron una alta aceptación del producto turístico tanto por parte de turistas extranjeros como nacionales, y se diseñaron dos paquetes turísticos para su comercialización en línea. En general, se concluye que el proyecto es viable en todos los aspectos considerados y se recomienda su implementación en base a los resultados obtenidos.

2.2 Estado del arte

2.2.1 Variable dependiente: Turismo Educativo

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2019), se define al turismo educativo como aquel que se enfoca principalmente en la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, desarrollo personal, crecimiento intelectual y

adquisición de habilidades. En otras palabras, el turismo educativo abarca una amplia gama de productos y servicios relacionados con estudios académicos, vacaciones enfocadas en el desarrollo de habilidades, viajes escolares, entrenamiento deportivo, cursos para el desarrollo de la carrera profesional, así como cursos de idiomas, entre otros. (p. 52)

El turismo educativo se presenta como una forma innovadora y enriquecedora de viajar, implica sumergirse en diferentes culturas, participar en talleres y cursos especializados, y establecer conexiones con expertos en diversos campos, al brindar una combinación única de entretenimiento y aprendizaje, el turismo educativo se ha convertido en una opción atractiva para aquellos que desean enriquecer sus experiencias de viaje y expandir su crecimiento individual.

2.2.2 Variable independiente: Producto turístico

Un producto turístico se compone de varios subproductos, que representan el valor adicional legítimo del producto en sí. Estos subproductos se derivan de una combinación de recursos que hacen que el destino sea atractivo, como playas, clima agradable u otros elementos naturales o culturales. Estos recursos son los atractivos principales que motivan a los turistas a visitar el destino (López, 2018).

Un producto turístico se construye mediante la combinación de atractivos naturales o culturales y servicios y equipamientos, todo ello respaldado por infraestructuras turísticas adecuadas. Estos elementos en conjunto crean una oferta turística completa y atractiva, brindando a los turistas la oportunidad de disfrutar plenamente de los recursos del destino y proporcionándoles una experiencia satisfactoria durante su viaje.

2.3 Marco teórico

2.3.1.1 Bases Teóricas de la variable dependiente

2.3.1.2 Turismo Educativo

El turismo educativo implica viajar a diferentes destinos con el objetivo de obtener conocimientos y experiencias en áreas educativas, profesionales o personales. Estas experiencias pueden abarcar diversos campos como la historia, la cultura, el aprendizaje social o lingüístico (Franco et al., 2022).

El turismo educativo es una perspectiva novedosa y completa del proceso de aprendizaje, que surge como respuesta a los desafíos de nuestra época. Su objetivo principal es fomentar el conocimiento, la comprensión, la valoración, la preservación, el crecimiento y la difusión del patrimonio cultural de un país. De esta manera, se busca que tanto estudiantes como niños, jóvenes y adultos adquieran una comprensión integral de su entorno natural, cultural y social (Sancho et al., 2023).

2.3.1.3 Tipos de viaje de turismo educativo

Es crucial que el sector turístico tenga la capacidad de ajustarse a las diversas necesidades de los turistas. Actualmente, existe una creciente demanda por parte de la sociedad de experiencias turísticas educativas. Es fundamental saber cómo responder a este crecimiento y cómo integrarlo de manera efectiva en las nuevas generaciones, con el objetivo de mejorar al máximo la experiencia del cliente (Fernández, 2022).

- **Viajes de escolares:** Estas estancias suelen tener una duración corta o media, especialmente porque los alumnos son jóvenes. Por lo general, son organizadas por los profesores o los padres, ya sea a través de agencias privadas o mediante becas proporcionadas por el Ministerio de Educación. Estos viajes pueden tener como objetivo desarrollar conocimientos en otro idioma o sumergirse en diferentes culturas. La opción de aprender un idioma extranjero se ha vuelto cada vez más popular debido a su valor enriquecedor, especialmente porque los niños tienen mentes más flexibles a temprana edad, lo que les brinda una mayor capacidad para adquirir un nuevo idioma (Guapi, 2019).
- **Experiencias de estudios universitarios:** Hay varios programas europeos que brindan la oportunidad a los estudiantes de vivir una experiencia en otro país dentro del marco común. Dos de los programas públicos más reconocidos son Comenius y Erasmus, los cuales permiten a los alumnos continuar con sus estudios mientras disfrutan de esta experiencia en el extranjero. Además de estos programas, también es posible organizar viajes educativos de manera privada, independientes de dichas iniciativas (Guapi, 2019).

2.3.1.4 Motivación turística

Uno de los factores de mayor influencia es el deseo de viajar, ya que los turistas asocian los viajes turísticos con la oportunidad de vivir experiencias únicas, auténticas y memorables. La atención al cliente en los atractivos turísticos juega un papel fundamental en esto, ya que los viajeros buscan valor añadido y motivación que les brinden un significado más profundo a su experiencia de ocio turístico. Esto implica que los turistas buscan satisfacer no solo sus necesidades fisiológicas y de seguridad, sino también enriquecer su experiencia a través del turismo (Garduño & Cisneros, 2018).

La necesidad de escapar está influenciada por el estrés, la monotonía y la rutina, mientras que la necesidad de explorar impulsa al turista a visitar lugares históricos, museos, entre otros (Beltrán & Parra, 2017).

2.3.1.5 Interés de viaje

Los puntos de interés turístico comprenden los lugares específicos de un destino que atraen a los turistas para participar en actividades o disfrutar de recursos particulares. Esto conlleva a que los visitantes se desplacen dentro del destino, generando una serie de movimientos. El conocimiento de estos desplazamientos permite analizar los patrones de movimiento de los turistas dentro del destino (Padrón & Hernández, 2017).

2.3.1.6 Atención al cliente

El propósito de establecer una empresa es lograr rentabilidad al mismo tiempo que se satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes. Los clientes son el recurso máspreciado que una organización posee. Es esencial que las empresas reconozcan esto y estén atentas a su mentalidad y percepción hacia la organización (Allauca, 2019).

2.3.1.7 Atractivos turísticos

Conjunto de factores tangibles e intangibles que pueden ser transformados en un producto turístico, con la capacidad de influir sobre la decisión del turista y provocar su

visita a través de desplazamientos de su lugar de residencia hacia un territorio específico (Carvajal & Lemoine, 2018).

2.3.1.7. Saberes ancestrales

Los conocimientos tradicionales abarcan áreas como la medicina, gastronomía, silvicultura, construcción artesanal, lenguas ancestrales, técnicas de conservación, microclimas, producción y alimentación, agricultura, riego, entre otros. Estos conocimientos son valiosos, ya que proporcionan una forma de vida y preservan los usos, costumbres y tradiciones transmitidas por nuestros antepasados a lo largo del tiempo (Briones et al., 2021).

2.3.1.8 Memoria ancestral

Es el fundamento, la esencia, el impulso que cada persona le otorga a los objetos que han sido elaborados desde tiempos antiguos, los cuales reflejan su visión del universo y su comprensión de la vida. Estos objetos también revelan su mitología, su significado sagrado y su conexión con una cultura particular, con su historia y su trayectoria, así como con sus familias y comunidades (Abad et al., 2022).

2.3.1.9 Preservación

Se destaca la relevancia y la atención que se concede al conocimiento y las prácticas ancestrales vinculadas con la preservación y el uso adecuado del patrimonio (Abad et al., 2022).

2.3.1.10 Conservación

Es un conjunto de acciones interdisciplinarias que tienen como objetivo prevenir el deterioro del patrimonio cultural tangible y asegurar su protección para transmitirlo a las futuras generaciones, preservando su autenticidad en toda su riqueza. La conservación abarca tanto medidas preventivas como intervenciones correctivas y restauradoras (INAH, 2020).

2.3.1.11 Intercambio académico

El intercambio académico se refiere a la colaboración y la generación de procesos educativos, de investigación, extensión, difusión cultural, apoyo administrativo, gestión y dirección entre unidades académicas dentro de una misma institución o entre varias instituciones educativas y organizaciones afines. Este intercambio se basa en la participación de académicos y tiene como objetivo principal el trabajo conjunto en proyectos o programas. La movilidad académica, por su parte, es una opción dentro del intercambio académico y se define como el desplazamiento temporal y bidireccional de profesores e investigadores entre diferentes comunidades académicas, con un propósito específico y de acuerdo con las funciones que desempeñan en su institución educativa de origen (Bórquez, 2023).

2.3.1.12 Programas académicos

Conjunto estructurado de asignaturas, materias u ofertas educativas que están organizadas por disciplinas. Su finalidad es proporcionar a los estudiantes una formación académica en un campo específico. Al completar satisfactoriamente todas las asignaturas incluidas en el plan de estudios, los estudiantes reciben un reconocimiento académico otorgado por la institución educativa correspondiente. Este reconocimiento puede variar en

función del nivel de formación alcanzado, ya sea un título, diploma, certificado u otro tipo de credencial oficial. El plan de estudios establece los requisitos y la secuencia de las materias que los estudiantes deben cursar para adquirir los conocimientos y competencias necesarios en su área de estudio (SNIES, 2019).

2.3.1.13 Movilidad académica

Se han producido progresos tangibles en el ámbito de la movilidad estudiantil, con un enfoque que busca estimular la reflexión crítica sobre el sentido y las consecuencias de la movilidad internacional con fines educativos, así como su vínculo con diversas formas de desigualdad en diferentes niveles: global, institucional y personal. Estos avances se centran en abordar temáticas que invitan a una evaluación cuidadosa de los aspectos relacionados con la movilidad estudiantil, analizando sus implicaciones en términos de equidad y justicia social. Esto implica considerar los factores sistémicos y económicos que influyen en los flujos de movilidad, así como las políticas y prácticas que pueden contribuir a perpetuar o desafiar las desigualdades educativas a nivel internacional. En este sentido, se han implementado iniciativas y medidas para fomentar una mayor equidad y acceso a la movilidad estudiantil, promoviendo la inclusión y la diversidad en los intercambios educativos globales (Bilecen & Van Mol, 2017).

2.3.2 Bases teóricas de la variable independiente

2.3.2.1 Producto turístico

Un producto turístico se refiere a un conjunto de bienes, servicios y recursos ordenados y estructurados de manera que estén disponibles en el mercado para ser utilizados o consumidos por los turistas. Según Kloter (1980), existen varias etapas por las que pasa este producto a lo largo del tiempo:

- **Introducción:** Es la fase inicial en la que se lanza el producto turístico. Por lo general, tiene un rápido desarrollo basado en las características del producto y del mercado.
- **Crecimiento:** En esta etapa, los consumidores aceptan el producto, se enteran de su existencia y comienzan a consumirlo, lo que resulta en un aumento rápido de las ventas.
- **Madurez:** En esta fase, las ventas se estabilizan y se mantiene la participación en el mercado. El logro de los objetivos de ventas se debe principalmente a la repetición de compras por parte de los clientes existentes, en lugar de la entrada de nuevos clientes.
- **Declive:** En esta etapa, el producto envejece y comienza a desaparecer. Las ventas disminuyen, al igual que la participación en el mercado (López, 2018).

Un producto turístico no solo beneficia a los turistas o visitantes, sino también a las organizaciones que se dedican a actividades turísticas, ya que ayuda a dinamizar los lugares que aún no han sido explotados, con el objetivo de reactivarlos y promover la actividad turística.

2.3.2.2 Bienes y servicios

El servicio turístico engloba todas las prácticas relacionadas con la transferencia y comercialización de productos turísticos, desde el proveedor hasta el consumidor. Representa las estrategias implementadas por organizaciones turísticas para gestionar la oferta y la demanda, desarrollar productos turísticos para su venta, distribución, comercio y garantizar una satisfacción óptima de las necesidades de los turistas que pertenecen a un segmento específico (Ramírez, 2021).

2.3.2.3 Servicio de alimentos y bebidas

Los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles son lugares donde se preparan y venden alimentos y/o bebidas para el consumo, y cumplen con los criterios establecidos en el reglamento actual. Estos establecimientos están registrados en la Autoridad Nacional de Turismo (MINTUR, 2018).

2.3.2.4 Servicio de Alojamiento

El alojamiento turístico es la actividad que ofrece el servicio de hospedaje con o sin prestación de valores complementarios a los turistas que llegan a un sitio de interés por motivos personales, familiares o sociales, siempre con la ilusión de tener una buena experiencia (Torres & Anchundia, 2017).

2.3.2.5 Servicio de Guianza

El servicio de guianza es brindado por una persona con licencia debidamente autorizada y expedida por la autoridad competente, donde conducen y dirigen a más de un turista nacional o extranjero. Se clasifica por tres tipos: local, nacional y nacional especializado; dentro de este último se distingue entre cultura y aventura (Rea, 2022).

2.3.2.6 Recursos turísticos

Conjunto de componentes, ya sean naturales o culturales, que tienen atributos notables y que pueden convertirse en productos a través de un proceso de valor añadido, es decir, con la ejecución de la infraestructura, facilidades, actividades y las habilidades humanas, creando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los turistas (MINTUR, 2018).

Un recurso turístico es una actividad natural, cultural o humana destinada a atraer turistas. Por lo tanto, es fundamental en la elección de un lugar para visitar, porque se compone de espacio, propiedad y valor. Por ejemplo; iglesia, parque de atracciones, playa, entre otros (Reyes, 2018).

2.3.2.7 Recursos naturales

Son destinos turísticos que han surgido de forma natural y poseen atributos únicos que los convierten en lugares adecuados para que los turistas los visiten. Estos recursos no pueden ser creados por el ser humano, pero sí pueden ser modificados y se clasifican en tres categorías:

Geomorfológicos: surgen de procesos naturales que ocurren durante la evolución del planeta y se clasifican de acuerdo con su ubicación regional:

- Litorales (playas, islas)

- Lagunas y depósitos de agua.
- Corrientes de agua (grutas, cenotes, manantiales).
- Volcanismo (cráteres, geisers).
- Relieves (montañas, planicies, dunas) (Reyes, 2018).

Biogeográficos: Son manifestaciones de vida en la tierra, incluyendo la flora y fauna:

- Flora (selvas, bosques, arboles, campo de flores).
- Fauna (especies raras, agrupaciones de coral, zonas de caza o pesca) (Reyes, 2018).

Mixtos: Combinan elementos de los tipos anteriores. Como, por ejemplo, pueden incluir el conjunto de montañas y bosques, llanuras y estepas, paisajes submarinos, oasis y desiertos, entre otras combinaciones posibles (Reyes, 2018).

2.3.2.8 Recursos culturales

Son aquellos en los que la intervención humana ha dejado su huella a lo largo del tiempo y se dividen en:

Atractivos históricos: Son aquellos en los que la mano del hombre ha jugado un papel en su evolución a lo largo del tiempo, estos son producto de la creatividad y la intervención humana, y pueden tener un carácter histórico o contemporáneo:

- Vestigios prehispánicos.
- Arquitectura no moderna.
- Construcciones y sitios históricos
- Regiones de interés etnográfico (fiestas, folklore) (Rea, 2022).

Atractivos contemporáneos no comerciales: Son creados con el objetivo de servir a un fin cultural o de utilidad, en lugar de ser diseñados específicamente con el propósito de atraer o llamar la atención. Además, su reconocimiento es sencillo y evidente para las personas:

- Obras artísticas.
- Salas de conferencias y congresos.
- Instituciones de enseñanza.
- Museos y pinturas murales
- Zoológicos (Rea, 2022)

Atractivos contemporáneos comerciales: Son elementos de carácter temporal, creados para atraer visitantes y brindarles entretenimiento y diversión. Con el transcurso del tiempo, es necesario actualizarlos y modernizarlos para mantener su atractivo y relevancia:

- Parques de diversiones.
- Espectáculos (teatros, estadios deportivos, cine).
- Exposiciones nacionales e internacionales
- Comercios y mercados.
- Centros de salud (Rea, 2022).

Los recursos culturales son una muestra de la diversidad de actividades que una sociedad ofrece, ya que están vinculados a la historia y evolución de un lugar específico y son fundamentales para la identidad de las comunidades, por lo que es crucial cuidarlos, ya que son únicos y representativos del patrimonio turístico, de esta manera, su preservación garantiza la creación de productos turísticos de alta calidad (Rea, 2022).

2.3.2.9 Infraestructura

Conjunto de obras y servicios que favorecen el desarrollo socioeconómico de un país y son aprovechados por la industria turística para impulsar su actividad. Incluye diversos elementos como carreteras, aeropuertos, hoteles, restaurantes y parques temáticos, que contribuyen a mejorar la experiencia de los turistas durante su visita. La infraestructura turística desempeña un papel fundamental en el crecimiento y fortalecimiento del sector, al proporcionar los recursos necesarios para atender las necesidades de los visitantes (SEGITTUR, 2015).

2.3.2.10 Accesibilidad

Se refiere al acceso al atractivo, el cual puede ser de tres tipos: libre, restringido o con costo. En el caso de ser pagado, se registra el precio y las opciones de pago disponibles. También se incluyen detalles como el horario de atención, la disponibilidad en temporada alta o baja, y las facilidades para personas con discapacidad, como rampas, baños accesibles, personal calificado, sistema Braille u otras adaptaciones necesarias (Gaona et al., 2020).

2.3.2.11 Facilidades Turísticas

Los elementos espaciales arquitectónicos son componentes que brindan apoyo y complemento al espacio turístico. Su objetivo principal es proporcionar infraestructura social y física, así como equipamiento como mobiliario y señalización, en las diferentes etapas de desarrollo del destino turístico (creación, mejora y consolidación). Estos elementos tienen la finalidad de fortalecer la experiencia turística y mitigar cualquier impacto ambiental negativo (Gaona et al., 2020).

2.3.2.12 Servicios básicos

Se detalla los siguientes servicios básicos:

- **Agua:** Se refiere a la provisión de agua, incluyendo su calidad y el sistema utilizado para tratarla. Se debe elegir la opción más adecuada en cada caso.
- **Energía Eléctrica:** Se trata de una red interconectada que tiene como objetivo suministrar electricidad o fuentes de energía similares desde los proveedores hasta los consumidores. Se debe seleccionar la alternativa correspondiente según las necesidades.
- **Saneamiento:** Se refiere al transporte de aguas residuales o servidas (alcantarillado sanitario) o aguas pluviales (alcantarillado pluvial) desde el lugar donde se generan hasta el punto de vertido al cauce o tratamiento. Sin embargo, también pueden existir otras opciones para este servicio (MINTUR, 2018).

CAPÍTULO III. METODOLOGIA.

Para desarrollar el trabajo de investigación de manera efectiva, es fundamental emplear técnicas, métodos e instrumentos científicos apropiados que permitan obtener información precisa y, de esta manera, alcanzar los objetivos establecidos.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación.

El proyecto de investigación se clasifica en los siguientes tipos:

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Investigación documental

Esta investigación caracteriza directa o indirectamente textos, documentos, lo que la relaciona con la investigación archivística, bibliográfica y documental (García, 2015).

Para desarrollar esta investigación, se recopilará información de fuentes secundarias como libros, revistas, bibliotecas virtuales y otros recursos similares. A través de este proceso, se generará un análisis de las variables "turismo educativo" y "producto turístico" para obtener una comprensión profunda de estos temas a partir del estudio de documentos y fuentes confiables, lo que permitirá fundamentar teóricamente el estudio y respaldar los argumentos y conclusiones presentadas.

3.2.2 Investigación descriptiva

El propósito es identificar y describir de manera precisa las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos u otros fenómenos que sean objeto de análisis (Hernández & Mendoza, 2018).

En el caso específico de esta investigación, se realizó una descripción exhaustiva de las variables y dimensiones involucradas, centrándose en evidenciar la relación existente entre el turismo educativo y el producto turístico.

3.2.3 Investigación correlacional

La investigación correlacional es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre las mismas, sin necesidad de incluir variables externas para llegar a conclusiones relevantes (LIFEDER, 2022).

En esta investigación busca establecer una relación predictiva entre las variables analizadas, en este caso, el turismo educativo y el producto turístico. Mediante este diseño, se pretende responder al problema principal de investigación: ¿Cuál es la relación entre el turismo educativo y el producto turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?

3.2.4 Investigación de campo.

Según Arias (2012) define: La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigadores, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes (pág. 35).

La investigación de campo se emplea para obtener datos sobre las dos variables de manera in situ. Se aplicará una encuesta a los estudiantes matriculados en el periodo 2023 1S, de la carrera de Turismo de la UNACH, así como a los jefes de familia que habitan en el centro parroquial de Cebadas. Este enfoque permitirá recopilar datos directos de los participantes, validar la hipótesis, contextualizar el problema, obtener muestras representativas y utilizar técnicas cualitativas.

3.3 Diseño de la investigación

3.3.1 Diseño No Experimental

Según la definición de Hernández (2018), define: Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

En el caso específico de esta investigación sobre la relación del turismo educativo y el producto turístico, se utilizarán encuestas como método de recolección de datos para observar y analizar dicha relación. De esta manera, se obtendrá información sobre el fenómeno en su contexto natural y se podrán establecer conclusiones basadas en la observación directa de los sujetos involucrados.

3.3.2 Diseño transversal

Se utilizó el diseño de investigación transversal, la presente investigación se realizó una sola vez.

3.4 Enfoque de la investigación

3.4.1 Enfoque cuantitativo

Según la definición de Hernández (2018), se basa en la recolección de datos mediante la medición numérica y el análisis estadístico. Su objetivo principal es probar hipótesis y establecer pautas de comportamiento, así como validar teorías.

Este enfoque se emplea para formular la hipótesis y analizar la relación entre las variables, mediante la recolección de datos numéricos y su análisis estadístico para confirmar o refutar las hipótesis planteadas.

3.5 Unidad de análisis

La unidad de análisis de la investigación está compuesta por dos grupos principales: los estudiantes de la carrera de Turismo de la UNACH matriculados en el periodo académico 2023 1S y los jefes de familia que habitan en el centro de la parroquia Cebadas.

Dimensiones de la variable: Turismo Educativo

- Motivación de viaje
- Saberes ancestrales
- Intercambio académico

Dimensiones de la variable: Producto Turístico

- Servicios turísticos
- Recursos turísticos
- Infraestructura

3.6 Población y muestra de estudio

Población I: La población está compuesta por los estudiantes de la carrera de Turismo de la UNACH, según el registro, esta población consta de 211 estudiantes matriculados en el periodo 2023 1S, aplicando la fórmula de cálculo del tamaño de muestra para una población finita de Cochran, se encuestó a 136 estudiantes, quienes poseen conocimientos particulares sobre el turismo educativo, lo cual los convierte en una muestra relevante para el estudio.

Población II: La población está constituida por los jefes de familia del centro de Cebadas. Según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT) Cebadas 2020-2030, la población mencionada es de 324 individuos, aplicando la fórmula de cálculo del tamaño de muestra para una población a finita de Cochran, se encuestó a un total de 176 habitantes quienes tienen conocimiento de la temática, por ello las respuestas serán confiables y representativas de la población.

3.7 Tamaño de la muestra

Población I: se aplica la fórmula estadística para determinar el tamaño de la muestra, que consta de 211 matriculados de la carrera de Turismo de la UNACH en el periodo 2023 1S:

n=	Tamaño de muestra	?
N=	Universo de estudio	211
Z=	Nivel de confianza	1,96 (confianza: 95%)
E=	Error de muestra	5% error (0.05)
p=	proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia (0.50)	
q=	proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (0.50)	

Cálculo:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(211)}{211(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$n = 136$

Población II: Para determinar el tamaño de la muestra que consta de 324 jefes de familia del Centro de Cebadas, se utiliza la siguiente fórmula:

n=	Tamaño de muestra	?
N=	Universo de estudio	324
Z=	Nivel de confianza	1,96 (confianza: 95%)
E=	Error de muestra	5% error (0.05)
p=	proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia (0.50)	
q=	proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (0.50)	

Cálculo:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(324)}{324(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 176$$

Muestra I: Después de aplicar el cálculo de la muestra, se obtuvo un resultado de 136 estudiantes. Estos estudiantes fueron encuestados en cada curso de acuerdo con su horario académico, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Estudiantes encuestados

Estudiantes encuestados	No total
Estudiantes de la carrera de Turismo de la UNACH, matriculados en el periodo 2023 1S	136 estudiantes

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Muestra II: Como resultado de aplicar la fórmula de cálculo del tamaño de muestra para una población finita de Cochran, se obtiene un resultado de 176 jefes de familias, fueron encuestados durante capacitaciones y reuniones organizadas por la junta parroquial.

Tabla 2. Jefes de familia encuestados

Personas encuestadas	No total
Jefes de familia de la Parroquia Cebadas	176 jefes de familia

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

3.8 Operacionalización de variables y matriz de consistencia

Las matrices utilizadas para la investigación se encuentran detalladas en el anexo 2 y 3, y de igual manera la encuesta que se especifica en el anexo 9.

3.9 Técnicas e instrumento

Se maneja la técnica e instrumento que se especifica a continuación:

- **Encuesta:** Se emplea para recopilar información sobre la relación entre el Turismo Educativo y el Producto Turístico en la parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo. Esta encuesta proporciona los datos necesarios para realizar el análisis correspondiente.
- **Cuestionario:** Se diseñó un cuestionario que se aplicó a ambas variables. El cuestionario se estructuró de la siguiente manera: La primera variable tiene tres dimensiones, cada dimensión con tres indicadores y la segunda variable está formada de igual manera por tres dimensiones y tres indicadores, estos indicadores fueron el elemento principal para construir el instrumento y obtener los datos necesarios.

En el cuestionario se emplea la escala de Likert, que consta de cinco opciones de respuesta:

- No importante (1)
- Nada importante (2)
- Neutro (3)

- Importante (4)
- Muy importante (5)

Los participantes deben seleccionar la opción que mejor refleje su percepción con relación a cada ítem del cuestionario. La escala de Likert permite capturar el grado de importancia que los encuestados asignan a cada afirmación, brindando así una medida cuantitativa para el análisis de los datos.

Una vez obtenidos los datos, se llevó a cabo un análisis, procesamiento e interpretación de los resultados. Para el procesamiento de los datos, se empleó el software estadístico IBM SPSS Statistics 27, este programa proporciona herramientas y funcionalidades para realizar análisis estadísticos y generar informes descriptivos e inferenciales basados en los datos recopilados. Su utilización permitió realizar un análisis riguroso y detallado de los datos obtenidos en la investigación.

3.10 Validez del Instrumento

En la validez del instrumento, se busca garantizar que este tenga la capacidad de medir de manera significativa y adecuada las características que se pretenden evaluar. En otras palabras, se busca que el instrumento mida la característica específica que se desea medir, sin confundirla con otras características similares (Hurtado, 2012).

Para determinar la validez del instrumento utilizado en la investigación, se seleccionaron previamente expertos en base al perfil profesional. Estos expertos evaluaron el instrumento y proporcionaron su opinión y retroalimentación con el objetivo de asegurar su validez.

Tabla 3. Validación de expertos

EXPERTOS		
Nombres y apellidos	Función que desempeña	Asignación
1. PhD. Héctor Pacheco	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo	Tutor
2. PhD. José Álvarez	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo	Presidente
1. Mgs. Andrea Garrido	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo	Miembro 1
2. Mgs. Sofía Ribadeneira	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo	Miembro 2

Fuente: Acta de designación de miembros de tribunal- Dirección GTH

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Cada experto realizó la revisión correspondiente, llegando a la conclusión de que el instrumento propuesto cumple con el diseño establecido y guarda una relación adecuada con las variables en estudio. En base a esta evaluación positiva, se ha aprobado la ejecución de las encuestas como parte del proceso para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación.

3.11 Confiabilidad de instrumentos

Se utilizó el método de consistencia interna para evaluar las variables, utilizando la matriz de evaluación de Alpha de Cronbach de que se calcula mediante fórmulas

matemáticas que permiten determinar el coeficiente. Este coeficiente fue desarrollado por Lee J. Cronbach, un destacado psicólogo y estadístico estadounidense, y su fórmula es ampliamente utilizada en la investigación y evaluación psicométrica para medir la confiabilidad de un instrumento de medición, la cual se rige por los criterios de fiabilidad establecidos de la siguiente manera:

Tabla 4. Calificación Alpha de Cronbach

Coeficiente	Criterio
Coeficiente alfa >.9	Excelente
Coeficiente alfa >.8	Bueno
Coeficiente alfa >.7	Aceptable
Coeficiente alfa >.6	Cuestionable
Coeficiente alfa >.5	Pobre
Coeficiente alfa <.5	Inaceptable

Fuente: Frías, D (2022)

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Los resultados obtenidos para la confiabilidad del instrumento de la investigación fueron los siguientes:

Tabla 5. Variable independiente “Turismo educativo”

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa	de	N	de
Cronbach		elementos	
,889		9	

Fuente: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Según el análisis realizando la escala de Alpha de Cronbach, se determinó que el instrumento aplicado presenta una fiabilidad de 0.889, lo cual indica un nivel cercano a 1. Este resultado se considera excelente en términos de confiabilidad, por lo que es considerado como aceptable y confiable, con base en esta información, se procedió a aplicar la encuesta con la debida seguridad.

Tabla 6. Variable independiente “Producto turístico ”

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa	de	N	de
Cronbach		elementos	
,874		8	

Fuente: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Según el análisis realizando la escala de Alpha de Cronbach, se determinó que el instrumento aplicado presenta una fiabilidad de 0.874, lo cual indica un nivel cercano a 1. Este resultado se considera excelente en términos de confiabilidad, por lo que es considerado

como aceptable y confiable, con base en esta información, se procedió a aplicar la encuesta con la debida seguridad.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis y discusión de los resultados

Se ejecuto un resumen de todos los datos recopilados en las encuestas aplicadas a los estudiantes matriculados en el periodo 2023 1S, de la carrera de Turismo de la UNACH, así como a los jefes de familia del centro de la parroquia Cebadas, con el fin de recopilar información necesaria relacionada con las dos variables de investigación, posteriormente, se procedió al análisis y la validación de los datos utilizando el software IBM SPSS Statistic 27.

4.1.1 Análisis y discusión de resultados de la variable independiente “Turismo Educativo”

Tabla 7. Resultado y discusión variable independiente

Variable independiente “Turismo Educativo”		
Nº	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
a)	Género	Una vez aplicadas las encuestas a los estudiantes matriculados en el periodo 2023 1S, de la carrera de turismo de la UNACH, se procede a describir los datos obtenidos la cual nos manifiesta que de los encuestados son mayormente mujeres con el 66,91% y el 33,09% son hombres. Se concluye que la mayoría de las estudiantes encuestadas son mujeres.
b)	Edad	En los datos obtenidos de las encuestas se encuentra que el rango mayor de edad es de 18 a 23 años con el 77,94%, el 20,59% es de 24 a 29 años y el restante de 1,47% pertenece a más de 30 años. Se concluye que los encuestados son estudiantes jóvenes.
c)	Nivel de instrucción	En los datos obtenidos de las encuestas se encuentra que octavo semestre tiene el porcentaje mayor de 20,59%, el 16,9% es de segundo y quinto con el mismo porcentaje, el 16,18% es de séptimo, el 14,71% es de tercero, el 13,24% es de sexto y el 1,47% es de cuarto semestre. Se concluye que los estudiantes del último semestre, con mayor conocimiento realizaron encuesta.
MOTIVACIÓN TURÍSTICA		
1	El interés de viajar se relaciona con la elección del destino	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 45,59% considera que es muy importante el interés de viajar en una gira académica se relaciona con la elección del destino, el 36,76% es importante, el 12,50% es neutro, el 2,94 es no importante y el 2,21% es poco importante. En

		conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el interés de viajar.
2	Aprendizaje de la atención al cliente en los viajes académicos se relacionan con la satisfacción turística	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 47,79% considera que es muy importante el aprendizaje de la atención al cliente en los viajes académicos se relaciona con la satisfacción turística, el 45,59% es importante, el 4,41% es neutro, el 1,47% es no importante y el 0,74% es no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el aprendizaje de la atención al cliente.
3	Los atractivos turísticos son una motivación para viajar	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 74,26% considera que es muy importante los atractivos turísticos son una motivación para viajar, el 19,12% es importante, el 3,68% es neutro, el 2,21% es no imponte y el 0,79% es poco importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia en los atractivos turísticos
SABERES ANCESTRALES		
4	La recuperación de la memoria ancestral en la educación turística	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 56,62% considera que es muy importante la recuperación de la memoria ancestral en la educación turística, el 33,09% es importante, el 6,62% es neutro, 2,94% es no importante y el 0,74% es poco importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la recuperación de la memoria ancestral
5	La preservación del legado generacional y diversidad de saberes	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 52,94% considera que es muy importante la preservación del legado generacional y diversidad de saberes, el 38,97% es importante, el 4,41% es neutro, el 2,21% es poco importante y el 1,47% corresponde a no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la preservación del legado generacional
6	Impacto de la comunidad local en el turismo educativo	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 55,15% considera que es muy importante el impacto de la comunidad local en el turismo educativo, el 33,82% es importante, el 7,35% es neutro, el 2,94% es poco importante y el 0,74% es no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el impacto de la comunidad local
INTERCAMBIO ACADÉMICO		
7	Planificación de programas académicos para intercambios educativos	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 49,26% considera que es muy importante la planificación de programas académicos para intercambios educativos, el 42,65% es importante, el 5,15% es neutro y el 1,47% equivale a no importante y con el mismo porcentaje a poco

		importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la planificación de programas académicos
8	La movilidad estudiantil en los intercambios académicos	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 57,35% considera que es muy importante la movilidad estudiantil en los intercambios académicos, el 34,56% es importante, el 5,15% es neutro, el 2,21% es poco importante y el 0,74% es no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la movilidad estudiantil
9	El desplazamiento temporal en los intercambios educativos	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 49,26% considera que es muy importante el desplazamiento temporal en los intercambios educativos, el 40,44% es importante, el 7,35% es neutro y el 1,47% es poco importante y no importante con el mismo porcentaje. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el desplazamiento temporal
PREGUNTA COMPLEMENTARIA		
1	¿Es conveniente estructurar el turismo educativo para la Parroquia Cebadas?	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 97,4% si consideran conveniente estructurar el turismo educativo en la parroquia Cebadas, mientras que 2,6% no.

Fuente: Encuestas aplicados a los estudiantes de Turismo de la UNACH

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.1.2 Análisis y discusión de resultados de la variable dependiente “Producto Turístico”

Tabla 8. Resultado y discusión variable dependiente

Variable dependiente “Producto Turístico”	
Nº	ÍTEMS INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL	
a)	Género Una vez aplicadas las encuestas a los jefes de familia que habitan en el centro de la parroquia de Cebadas, los encuestados son mayormente de género masculino con 55,11% y el 44,89% son de género femenino. Se concluye que los hombres son la cabeza del hogar.
b)	Edad En los datos obtenidos de las encuestas se encuentra que el rango mayor de edad es de más de 44 años con el 38,07%, el 23,30% es de 26 a 31 años, el 14,20% es de 32 a 37 años, el 13,07% es de 20 a 25 años y el restante de 11,36% pertenece a 38 a 43 años. Se concluye que las personas que realizaron las encuestas tenían un rango de edad de más de 44 años.

c) Nivel de instrucción	Con los datos obtenidos la mayoría de los encuestados poseen un título de secundaria con el 51,14%, el 26,14% tiene un título de primaria, solo el 19,89% no posee ningún tipo de educación y el 2,84% posee un título superior. Se concluye que el porcentaje más alto posee un título de secundaria.
SERVICIO TURÍSTICO	
1 Los alimentos y bebidas en el producto turístico	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 44,27% considera que es importante los alimentos y bebidas en el producto turístico, el 27,27% es muy importante, el 12,50 es no importante, el 8,52% es poco importante y el 7,39% es neutro. En conclusión, la población conoce la importancia del servicio de alimentos y bebidas.
2 El alojamiento en el producto turístico	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 32,95% considera que es importante el alojamiento en el producto turístico, 29,55% es muy importante, el 13,64% es no importante, el 13,07% es poco importante y el 10,80% es neutro. Se concluye que el alojamiento es importante para la parroquia.
3 La guianza en el producto turístico	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 34,66% considera que es importante la guianza en el producto turístico, el 31,25% es muy importante, 17,61% es poco importante, el 13,64% no importante y el 2,84% es neutro. Se concluye que la guianza es de suma importancia para el servicio turístico.
RECURSO TURÍSTICO	
4 Los recursos naturales en los recursos turísticos	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 40,34% considera que es importante los recursos naturales en los recursos turísticos, el 38,07% es muy importante, el 11,93% es no importante, el 6,82% es poco importante y el 2,84 % es neutro. Se concluye que los recursos culturales son importantes para los recursos turísticos de la parroquia.
5 Los recursos culturales en los recursos turísticos	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 39,20% considera que es muy importante los recursos culturales en los recursos turísticos, 28,41%% es importante, el 15,34% es no importante, el 9,09% es poco importante y el 7,95% es neutro. Se concluye que los recursos culturales son de suma importancia para los recursos turísticos de la parroquia.
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	
6 La accesibilidad en la infraestructura turística	Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 39,20% considera que es muy importante la accesibilidad en la infraestructura turística, 31,82% es importante, el 11,36%

		es poco importante, el 10,23% es no importante y el 7,39 % es neutro. Se concluye que la accesibilidad es muy importante para la infraestructura.
7	Las facilidades turísticas en la infraestructura turística	Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 49,43% considera que es importante las facilidades turísticas en la infraestructura turística, 25,00% es muy importante, el 10,23% es neutro y con el mismo porcentaje es no importante y el 5,11% es poco importante. Se concluye que es importante las facilidades turísticas.
8	Los servicios básicos en la infraestructura turística	Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 49,43% considera que es muy importante los servicios básicos en la infraestructura turística, 26,70% es importante, el 10,23% es no importante, el 7,95% es neutro y el 5,68% corresponde a poco importante. Se concluye que es de suma importancia incrementar servicios básicos en la infraestructura turística.
PREGUNTA COMPLEMENTARIA		
1	¿Es conveniente mejorar el producto turístico en la Parroquia Cebadas?	Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 87,50% considera que es conveniente mejorar el producto turístico en la parroquia Cebadas, el 12,50% consideran que no. Al mejorar el producto turístico, es una estrategia clave para potenciar el desarrollo socioeconómico y el bienestar de la comunidad.

Fuente: Encuestas aplicados a los jefes de familia del Centro de Cebadas

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.2 Discusión

Los resultados indican que no existe una relación directa entre el turismo educativo y el producto turístico, sin embargo, se resalta el alto interés de los estudiantes en viajar y su valoración de aspectos clave como la atención al cliente, los atractivos turísticos, la recuperación de la memoria ancestral, la preservación del legado generacional y el impacto de la comunidad local. Los encuestados consideran muy importante reestructurar el turismo educativo en la Parroquia Cebadas. Por lo tanto, se propone diseñar un programa de turismo educativo en la zona, con el objetivo de ofrecer a los visitantes una experiencia enriquecedora que les permita aprender, disfrutar y conocer la riqueza cultural y natural del lugar. A pesar de los desafíos en cuanto a recursos y coordinación, los beneficios potenciales en términos de educación turística, enriquecimiento cultural y desarrollo de habilidades hacen que la implementación de estos proyectos sea una propuesta valiosa y prometedora para fomentar el turismo educativo en la Parroquia Cebadas.

4.3 Prueba de hipótesis

La siguiente prueba, contrasta 2 hipótesis: la primer H_0 (hipótesis nula) y la segunda H_1 (hipótesis alternativa).

Para la comprobación de hipótesis tanto general y específicos se aplicó Rho de Spearman para determinar si existe relación entre las dos variables, para tal efecto se muestran a continuación los siguientes criterios de valoración:

Tabla 9. Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a - 0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Martínez & Campos (2015)

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.4 Hipótesis general

4.4.1 Planteamiento de la hipótesis

H₁. El turismo educativo se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

H₀. El turismo educativo no se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

4.4.2 Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

4.4.3 Prueba estadística

Tabla 10. Prueba de hipótesis general

Correlaciones			
		V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	de 1,000
		Sig. (bilateral)	,060
		N	136
	V2	Coeficiente de correlación	de ,060
			1,000

	Sig. (bilateral)	,490	.
	N	136	176

Fuente: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.4.4 Toma de decisión

Debido a que el nivel de significancia 0,490 es mayor a 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (H1), y se acepta la hipótesis nula (H0). Es decir, turismo educativo no se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,060, lo que demuestra un nivel de correlación positiva muy baja.

4.5 Prueba de hipótesis específicas

4.5.1 Prueba de hipótesis específica 1

H1. La motivación de viaje se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

H0. La motivación de viaje no se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

4.5.2 Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

4.5.3 Prueba estadística

Tabla 11. Prueba de hipótesis específica 1

Correlaciones			D1	V2
Rho de Spearman	D1	Coeficiente de correlación	de 1,000	,058
		Sig. (bilateral)	.	,504
		N	136	136
V2	V2	Coeficiente de correlación	de ,058	1,000
		Sig. (bilateral)	,504	.
		N	136	176

Fuente: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.5.4 Toma de decisión

Debido a que el nivel de significancia 0,504 es mayor a 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (H1), y se acepta la hipótesis nula (H0). Es decir, la motivación de viaje no se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,058, lo que demuestra un nivel de correlación positiva muy baja.

4.6 Prueba de hipótesis específica 2

4.6.1 Planteamiento de la hipótesis

H₁. Los saberes ancestrales se relacionan con el producto turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo

H₀. Los saberes ancestrales no se relacionan con el producto turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo

4.6.2 Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$

4.6.3 Prueba estadística

Tabla 12. Prueba de hipótesis específica 2

Correlaciones			D2	V2
Rho de Spearman	D2	Coefficiente de correlación	de 1,000	,052
		Sig. (bilateral)	.	,546
		N	136	136
	V2	Coefficiente de correlación	de ,052	1,000
		Sig. (bilateral)	,546	.
		N	136	176

Fuente: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.6.4 Toma de decisiones

Debido a que el nivel de significancia 0,546 es mayor a 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (H₁), y se acepta la hipótesis nula (H₀). Es decir, los saberes ancestrales no se relacionan con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,052, lo que demuestra un nivel de correlación positiva muy baja.

4.7 Prueba de hipótesis específica 3

4.7.1 Planteamiento de la hipótesis

H₁. El intercambio académico se relaciona con el producto turísticos de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

H₀. El intercambio académico no se relaciona con el producto turísticos de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

4.7.2 Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$

4.7.3 Prueba estadística

Tabla 13. Prueba de hipótesis específica 3

Correlaciones			D3	V2
Rho de Spearman	D3	Coefficiente de correlación	de 1,000	,029
		Sig. (bilateral)	.	,740
		N	136	136
	V2	Coefficiente de correlación	de ,029	1,000
		Sig. (bilateral)	,740	.
		N	136	176

Fuente: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

4.7.4 Toma de decisión

Debido a que el nivel de significancia 0,740 es mayor a 0,05, se rechaza la hipótesis de investigación (H1), y se acepta la hipótesis nula (H0). Es decir, el intercambio académico no se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,029, lo que demuestra un nivel de correlación positiva muy baja.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se evidencia que no existe una relación significativa entre el turismo educativo y el producto turística en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, esto implica que el producto turístico desarrollado en la parroquia no es promovido adecuadamente como un destino para el turismo educativo.
- De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo determinar que la motivación de viaje no se relacionan el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, ya que es posible que existan otros factores que influyan la motivación de los turistas para visitar esta parroquia en particular, y no están vinculados directamente al producto turístico.
- En base a los resultados obtenidos en la comprobación de hipótesis se muestra que los saberes ancestrales no se relacionan con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, esto significa que los saberes ancestrales, que representan el conocimiento y las tradiciones transmitidas de generación en generación en la comunidad local, no están siendo adecuadamente incorporados o resaltados en el producto turístico desarrollado en esa parroquia.
- Con los resultados obtenidos se pudo constar que los intercambios académicos no se relacionan con producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, esto implica que el intercambio académico se enfoca en aspectos educativos, de investigación o desarrollo, mientras que producto turístico se orientado a la oferta de actividades recreativas, culturales o de aventura para los visitantes.
- Se pudo evidenciar que no existe relación entre el turismo educativo y el producto turístico de la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, sin embargo, se considera conveniente estructurar el turismo educativo mediante la implementación de un programa educativo que busca beneficiar a la comunidad

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda fomentar la colaboración entre el sector educativo y turístico, para así mejorar la promoción turística, lo que implica la diversificar de la oferta turística, promover aspectos culturales, naturales o históricos de la parroquia, mejorar la promoción y visibilidad a través de diferentes canales de comunicación, fortalecer la infraestructura turística y realizar investigaciones adicionales para obtener una comprensión más completa de los factores que pueden impulsar el crecimiento turístico en la zona.
- Es importante llevar a cabo un estudio exhaustivo para comprender en profundidad la motivación de los turistas y los factores que inciden en sus decisiones de visitar Cebadas, esto permitiría identificar oportunidades de mejora y desarrollar estrategias específicas para promover y atraer visitantes, alineadas con los elementos que realmente motivan a los turistas a elegir esta parroquia como destino
- Se recomienda promover la integración y valorización de los saberes ancestrales en el producto turístico de la parroquia Cebadas, como una forma de enriquecer la oferta

turística y destacar la identidad cultural local. Esto permitirá generar experiencias más auténticas y significativas para los visitantes, al mismo tiempo que se promueve la preservación y valoración de las tradiciones y conocimientos ancestrales de la comunidad

- Se recomienda fomentar la colaboración entre instituciones académicas y actores turísticos para promocionar la parroquia Cebadas como destino educativo y realizar investigaciones adicionales sobre oportunidades turísticas.
- La implementación de un programa educativo en el turismo de la Parroquia Cebadas puede ser una estrategia efectiva para mejorar el producto turístico, promover la conservación del patrimonio local y generar beneficios para la comunidad.

Propuesta

Título de la propuesta

- Diseño de un programa de Turismo Educativo en la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo

Introducción

La Parroquia Cebadas es un destino turístico educativo de gran potencial debido a su rica historia, arraigadas tradiciones y belleza natural, se pretende aprovechar al máximo estos recursos, se busca crear experiencias enriquecedoras que sumerjan a los visitantes en la autenticidad y diversidad de la cultura local, al mismo tiempo que se impulsa el crecimiento económico y social comunidad.

Los resultados de las encuestas realizadas respaldan la conveniencia de estructurar el turismo educativo en este sector, esto se debe a su destacado potencial turístico, que ofrece beneficios económicos para la comunidad local al generar empleo y oportunidades de emprendimiento.

La implementación de un programa de turismo educativo brinda a los visitantes una experiencia enriquecedora, al tiempo que promueve la conservación y sostenibilidad de la Parroquia Cebadas, asimismo, contribuye al desarrollo socioeconómico de la comunidad al generar ingresos y fortalecer la economía local.

Objetivos

Objetivo general

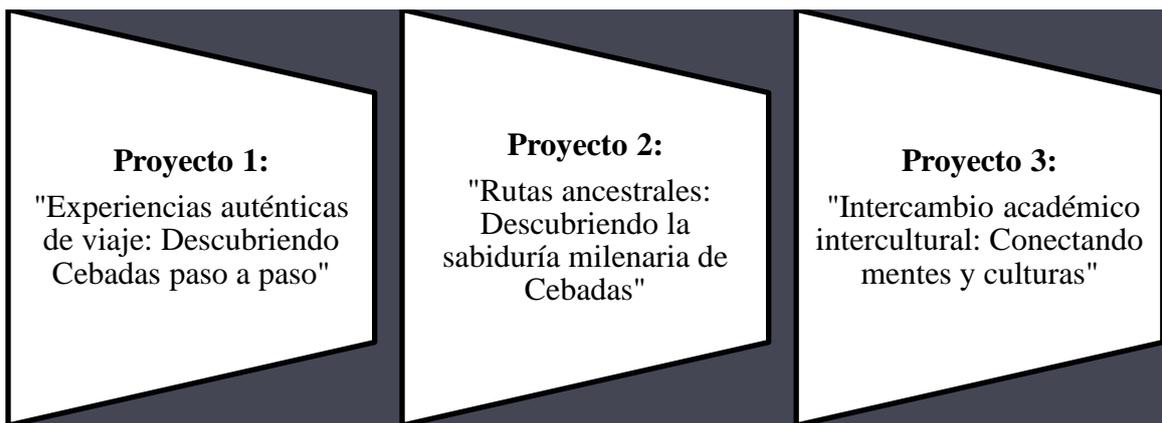
- Diseñar un programa de turismo educativo en la Parroquia Cebadas, con el fin de brindar a los visitantes una experiencia enriquecedora que les permita aprender, disfrutar y conocer la riqueza cultural y natural del lugar.

Objetivos específicos

- Elaborar un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo.
- Desarrollar proyectos con actividades turísticas educativas que impulsen y fomenten la motivación de viaje, los saberes ancestrales, y el intercambio académico en la Parroquia Cebadas

Desarrollo de la propuesta

El turismo educativo en la Parroquia Cebadas es una fuente de oportunidades de desarrollo para la comunidad local y proporciona a los visitantes experiencias auténticas y enriquecedoras. Con el objetivo de proporcionar a los visitantes una experiencia única que les permita aprender, disfrutar y sumergirse en la riqueza cultural y natural de la zona, se ha propuesto diseñar un programa de turismo educativo, para lo cual se llevó a cabo un análisis FODA de la zona, lo que nos ha permitido identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. En base a este análisis, hemos desarrollado tres proyectos como se muestra en el siguiente esquema:



Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Tabla 14. Análisis FODA

FODA de la parroquia Cebadas

Internos	Externos
Fortaleza <ul style="list-style-type: none"> • Autoridades en emprender cambios que aporten al desarrollo del turismo educativo • Riqueza natural y cultural. • Costumbres ancestrales • Gastronomía variada 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Área de carácter público y privado: Parque Nacional Sangay YASEPAN. • Quesos Cebadeño reconocido a nivel mundial. • Métodos de conservación andinos para alimentos • Mercado Turístico en crecimiento y constante evolución.
Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Insuficientes programas y proyectos de investigación acerca del desarrollo turístico. • Pérdida de identidad cultural. • Deficiente gestión institucional de la junta parroquial • Desconocimiento del recurso ancestral. 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Avance vertiginoso de la aculturación de los pueblos a nivel mundial. • Inseguridad. • Cambio climático. • Competencia de mercado.

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Fuente: Memoria del taller de trabajo (2023)

- 1. Nombre del programa**
Descubriendo la parroquia Cebadas
- 2. Descripción del programa**

El programa “Descubriendo la parroquia Cebadas”, se basa en tres pilares fundamentales: la motivación de viaje, los saberes ancestrales y el intercambio académico. A través de diversas actividades y experiencias, el programa busca despertar el interés de los visitantes por descubrir la riqueza cultural, histórica y natural de Cebadas, se enfoca en preservar y transmitir los saberes ancestrales de la comunidad local, valorando su importancia y contribuyendo a su conservación. Además, el programa fomenta el intercambio de conocimientos y experiencias entre personas de diferentes culturas y disciplinas. Proporciona oportunidades para que estudiantes, académicos y profesionales participen en investigaciones, estudios y proyectos colaborativos relacionados con la Parroquia Cebadas.

El programa, no solo impulsa el desarrollo turístico de la región, sino que también fortalece la identidad cultural de la comunidad local y enriquece el ámbito académico de todos los participantes involucrados. Es un programa que promueve el respeto, la valoración y la difusión de la diversidad cultural y natural de Cebadas, generando un impacto positivo tanto a nivel local como global.

3. Objetivos

Objetivo general

- Generar interés y motivación en los visitantes para descubrir y explorar la parroquia de Cebadas, destacando su patrimonio cultural, histórico y natural a través de actividades turísticas enriquecedoras.

Objetivos específicos

- Valorar y preservar los conocimientos tradicionales y prácticas culturales de la comunidad local, compartiendo saberes ancestrales con los visitantes y promoviendo su continuidad en las generaciones futuras.
- Facilitar el intercambio de conocimientos, experiencias e ideas entre la comunidad local, estudiantes, académicos y visitantes, enriqueciendo la educación y promoviendo la comprensión intercultural.

4. Proyectos propuestos

Tabla 15. Proyecto: 1. “Experiencia enriquecedora de viaje: Descubriendo Cebadas paso a paso”

PROYECTO: 1. “EXPERIENCIA ENRIQUECEDORA DE VIAJE: DESCUBRIENDO CEBADAS PASO A PASO”	
Breve descripción del proyecto	Plazos
<p>Creación de experiencias de viaje enriquecedoras en la parroquia de Cebadas. Los visitantes tendrían la oportunidad de vivir de cerca la vida cotidiana de la comunidad, interactuar con los lugareños y aprender de sus prácticas culturales, promoviendo así una conexión genuina con el destino.</p> <p>Actividad 1: Visitas a huertos orgánicos</p> <p>Los visitantes podrían realizar visitas guiadas a huertos orgánicos locales, donde aprenderían sobre prácticas agrícolas sostenibles y participarían en actividades como la siembra y cosecha de productos frescos.</p>	<p>Año de inicio del proyecto: 2024</p> <p>Duración del proyecto: 1 mes</p>

<p>Actividad 2: Talleres de artesanía</p> <p>Se ofrecerían talleres de artesanía donde los visitantes podrían aprender técnicas tradicionales de tejido, cerámica o trabajos en madera, guiados por expertos artesanos locales.</p> <p>Actividad 3: Experiencias culinarias</p> <p>Los visitantes tendrían la oportunidad de participar en clases de cocina tradicional, donde aprenderían a preparar platos típicos de la región utilizando ingredientes locales.</p>	
Fuentes de financiamiento posibles:	Costo
Agencias de viaje Gobierno local y regional	\$300

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Tabla 16. "Rutas ancestrales: Descubriendo la sabiduría milenaria de Cebadas"

PROYECTO: 2. "RUTAS ANCESTRALES: DESCUBRIENDO LA SABIDURÍA MILENARIA DE CEBADAS"	
Breve descripción del proyecto	Plazos
<p>Promoción de circuitos turísticos que exploren los saberes ancestrales de la parroquia de Cebadas. Se organizarían talleres prácticos, charlas con expertos locales y visitas a comunidades indígenas para compartir y preservar la sabiduría ancestral.</p> <p>Actividad 1: Organización de circuitos turísticos</p> <p>Se diseñarían diferentes circuitos que permitan a los visitantes explorar y aprender sobre los saberes ancestrales de Cebadas. Estos circuitos podrían incluir visitas a herbolarios, talleres de medicina natural, huertos orgánicos y comunidades indígenas.</p> <p>Actividad 2: Charlas y conferencias con expertos locales</p> <p>Se organizarían charlas y conferencias con expertos en saberes ancestrales de la comunidad, quienes compartirían su conocimiento y experiencia con los visitantes. Estas charlas podrían abarcar temas como la cosmovisión indígena, medicina tradicional y prácticas espirituales.</p> <p>Actividad 3: Visitas a comunidades indígenas</p> <p>Se organizarían visitas a comunidades indígenas cercanas, donde los visitantes podrían interactuar con los habitantes locales, aprender de sus tradiciones y compartir experiencias culturales. Esto permitiría un intercambio directo de conocimientos y fortalecería los lazos entre las comunidades.</p>	<p>Año de inicio del proyecto: 2024</p> <p>Duración del proyecto: 5 mes</p>
Fuentes de financiamiento posibles:	Costo aproximado:
Gobierno local Organizaciones sin fines de lucro Patrocinadores locales	\$600

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Tabla 17. Proyecto: 3. “Intercambio académico intercultural: Conectando mentes y culturas”

PROYECTO: 3. “INTERCAMBIO ACADÉMICO INTERCULTURAL: CONECTANDO MENTES Y CULTURAS”	
Breve descripción del proyecto	Plazos
<p>Facilitar el intercambio académico y cultural entre estudiantes y académicos de diferentes instituciones educativas y la comunidad de Cebadas. Se organizarían actividades de intercambio que permitan a los participantes sumergirse en la cultura local, realizar investigaciones conjuntas, compartir conocimientos y experiencias. Esto fortalecería los lazos entre diferentes culturas y enriquecería la educación de todos los involucrados.</p> <p>Actividad 1: Intercambio estudiantil Se establecerían acuerdos de intercambio entre instituciones educativas locales y cantonales, permitiendo a los estudiantes vivir una experiencia académica en la parroquia de Cebadas. Los estudiantes podrían participar en proyectos de investigación conjuntos, asistir a clases y talleres, y colaborar con la comunidad local en proyectos de desarrollo.</p> <p>Actividad 2: Seminarios y conferencias académicas Se organizarían seminarios y conferencias en los que académicos locales, cantonales y extranjeros presenten sus investigaciones y conocimientos en áreas relevantes para la parroquia de Cebadas, como la historia local, la biodiversidad y la conservación del patrimonio cultural.</p> <p>Actividad 3: Actividades culturales compartidas Se organizarían eventos culturales donde los estudiantes y académicos puedan compartir aspectos de sus propias culturas con la comunidad local. Esto podría incluir presentaciones de danzas, música, exposiciones de arte y muestras gastronómicas.</p>	<p>Año de inicio del proyecto: 2024</p> <p>Duración del proyecto: 5 mes</p>
Fuentes de financiamiento posibles:	Costo aproximado:
<p>Instituciones educativas</p> <p>Becas</p> <p>Patrocinadores privados</p>	<p>\$900</p>

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

5. Presupuesto del programa

Tabla 18. Presupuesto del programa

Categoría	Costo
Proyecto1: Experiencias auténticas de viaje: Descubriendo Cebadas paso a paso	300\$

Proyecto2: Rutas ancestrales: Descubriendo la sabiduría milenaria de Cebadas	600\$
Proyecto3: Intercambio académico intercultural: Conectando mentes y culturas	900\$
Monto total del programa	1.500\$

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

6. Cronograma del programa

Tabla 19. Cronograma del programa

2024												
Categoría	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Proyecto1: Experiencias auténticas de viaje: Descubriendo Cebadas paso a paso	X											
Proyecto2: Rutas ancestrales: Descubriendo la sabiduría milenaria de Cebadas		X	X	X	X	X						
Proyecto3: Intercambio académico intercultural: Conectando mentes y culturas							X	X	X	X	X	X

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

7. Seguimiento del programa

Tabla 20. Seguimiento del programa

Proyecto del programa	Meta	Indicador	Responsable
Experiencias auténticas de viaje:	Ofrecer a las visitantes	Número de visitantes	Autoridad local

Descubriendo Cebadas paso a paso	experiencias turísticas auténticas y significativas en Cebadas.	participan en las experiencias auténticas de viaje.	
Rutas ancestrales: Descubriendo la sabiduría milenaria de Cebadas	Promover y preservar los saberes ancestrales de la comunidad de Cebadas.	Número de visitantes que participan en las rutas ancestrales.	Comité Organizador
Intercambio académico intercultural: Conectando mentes y culturas	Facilitar el intercambio de conocimientos y experiencias entre estudiantes y académicos de diferentes instituciones educativas.	Número de estudiantes y académicos participantes en el intercambio.	Coordinadores del Intercambio

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

6.1 Conclusiones

- El diseño de un programa de turismo educativo en la Parroquia Cebadas es una estrategia fundamental para ofrecer a los visitantes una experiencia enriquecedora y significativa.
- La realización de un análisis FODA específico para el turismo educativo en la Parroquia Cebadas, Provincia de Chimborazo, nos brindará una visión clara de las fortalezas y oportunidades que podemos aprovechar, así como de las debilidades y amenazas que debemos abordar.
- El desarrollo de proyectos con actividades turísticas educativas en la Parroquia Cebadas es una iniciativa clave para impulsar la motivación de viaje, promover los saberes ancestrales y fomentar el intercambio académico. Estos proyectos permitirán a los visitantes sumergirse en la rica historia y cultura de la parroquia, aprender de los conocimientos ancestrales transmitidos de generación en generación, y participar en experiencias interculturales enriquecedoras.

6.1.1 Recomendaciones

- Tomar en cuenta el programa de turismo educativo para la Parroquia Cebadas, provincia de Chimborazo. Este programa permitirá a los visitantes aprender, disfrutar y valorar la riqueza cultural y natural de este lugar único. Además, generará beneficios significativos para la comunidad local, promoviendo su desarrollo socioeconómico y contribuyendo al desarrollo sostenible de la región, por lo que se debe hacer un seguimiento para ver si se está desarrollando a cabalidad las actividades y observar si cumplen las metas propuestas de cada programa.

- Actualizar el análisis FODA sobre fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de forma semestral para observar y evaluar los cambios que ocurren dentro de la Parroquia Cebadas, en la provincia de Chimborazo.
- Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, organizaciones comunitarias y expertos locales para desarrollar y llevar a cabo proyectos con actividades turísticas educativas en la Parroquia Cebadas.

BIBLIOGRAFÍA

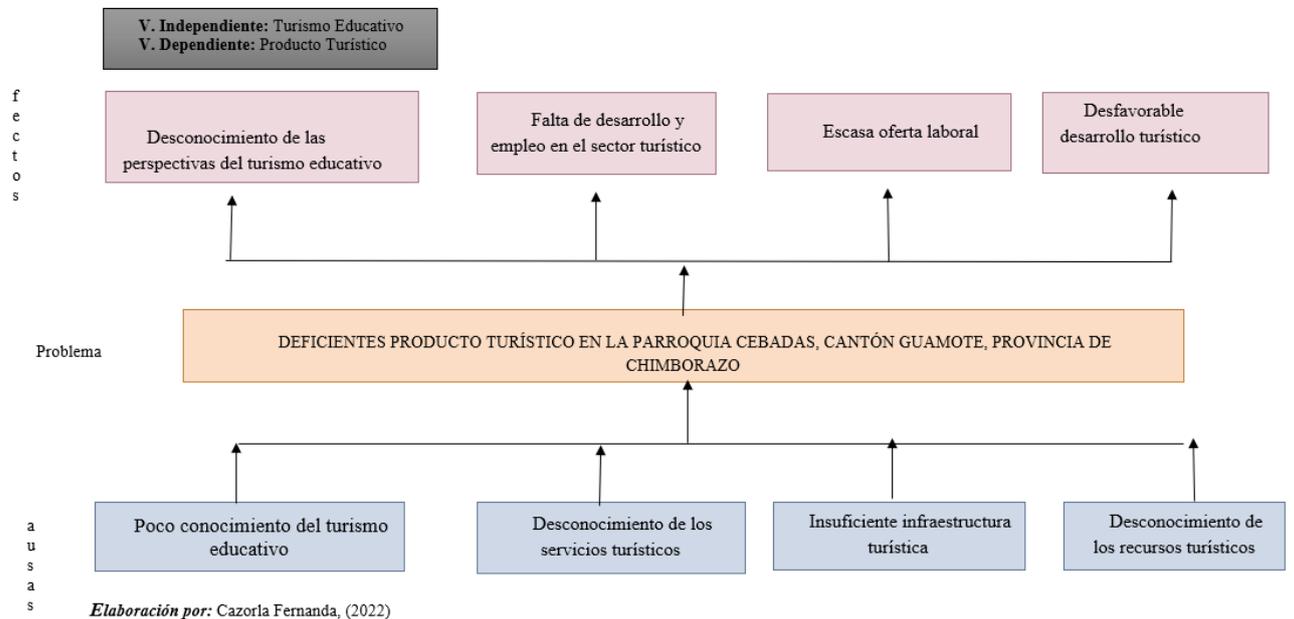
- Abad, A., Salgado, F., & Acuña, C. (2022). "Relaciones entre antropología organizacional y tecnologías tradicionales: Una aproximación conceptual." ("Relaciones entre antropología organizacional y tecnologías ...") *Estado & comunes*, 2(15), Article 15. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n15.2022.272
- Allauca, J. C. (2019). "La gestión administrativa y su incidencia en la atención al cliente del Hospital General Docente de Riobamba." ("Repositorio Digital UNACH: La gestión administrativa y su incidencia en ...") [B.S. thesis]. Universidad Nacional de Chimborazo, 2019.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Episteme.
- Beltrán, M. Á. B., & Parra, M. C. P. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de Turismo*, 39, Article 39. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Bilecen, B., & Van Mol, C. (2017). Introduction: International academic mobility and inequalities. En *Journal of Ethnic and Migration Studies* (Vol. 43, Número 8, pp. 1241-1255). Taylor & Francis.
- Bórquez, Luz. (2023). *Intercambio y Movilidad Académica – Dirección de Apoyo a Docentes, Investigación y Posgrado*. <https://dadip.unison.mx/que-es-intercambio-y-movilidad-academica/>
- Briones, H. B. E., Muñoz, W. L. C., Patiño, H. M. C., & Moreira, M. F. T. (2021). "Saberes ancestrales: Una revisión para fomentar el rescate y revalorización en las comunidades indígenas del Ecuador." ("Saberes ancestrales: una revisión para fomentar el rescate y ... - Dialnet") *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 6(3), 112-128.
- Carvajal, G. V., & Lemoine, F. A. (2018). "Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente." ("Análisis de los atractivos y recursos turísticos del ... - Redalyc") *El periplo sustentable*, 34, Article 34.
- Fernández, A. (2022). *Turismo educativo: Una nueva oportunidad de negocios*.
- Franco, N. T., Sánchez, J. E. O., & López, E. R. A. (2022). *Educational tourism. A theoretical review of the phenomenon Turismo Educativo. Una revisión teórica del fenómeno*. ("Educational tourism. A theoretical review of the phenomenon Turismo ...")

- Frías, N. (2022). *"Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida."* ("Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ...") <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Gaona, N. L., Rogel, M. D., Universidad Técnica de Machala. Ecuador, & Calle, M. P. (2020). Análisis del grado de accesibilidad visual en los atractivos turísticos del cantón Machala. ("Análisis del grado de accesibilidad visual en los atractivos turísticos del cantón Machala") *Espacios*, 41(50), 316-328. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n50p22>
- Garduño, M. G., & Cisneros, H. F. (2018). *"Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: Una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales."* ("Una aproximación a la experiencia turística desde la ... - Redalyc") 16.
- Guapi, J. V. (2019). *"Análisis de los recursos turísticos del cantón Durán para el diseño de una ruta turística educativa."* ("Repositorio Universidad de Guayaquil: Análisis de los recursos ...") [B.S. thesis]. Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social.
- Hernández, S., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.*
- Hurtado, J. (2012). *"Metodología de la investigación: Guía para una comprensión holística de la ciencia (4a." ("Comprensión holística de la investigación: Fundamentación Noológica") Ed.).*
- Jiménez, G. G. R., Cardoso, L. A., & Patiño, V. P. (2023). Los principios de la Educación Avanzada, sustento de la superación en el sistema de Turismo. *Varona*.
- López, D. (2023). *Gestión de la actividad turística de las agencias de viajes en el sector educativo, Lima 2022.*
- López, H. E. (2018). *Diseño de un producto turístico rural en la Parroquia Pedro Pablo Gómez del cantón Jipijapa* [B.S. thesis]. JIPIJAPA. UNESUM.
- MINTUR. (2018a). *Manual oferta turística.*
- MINTUR. (2018b). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.*
- OMT. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT. Madrid, 52.*
- Padrón, H., & Hernández, R. (2017). *"Los puntos de interés turístico: Relevancia analítica, propuesta metodológica y caso de estudio."* ("Los puntos de interés turístico: relevancia analítica, propuesta ...")
- Pinargote, H., & Montiel, M. (2022). *Diseño De Un Producto Turístico Cultural En La Parroquia Salango, Cantón Puerto López* [B.S. thesis]. Jipijapa. UNESUM.

- Ramírez, E. R. (2021). *Costumbres y tradiciones como experiencia turística* [B.S. thesis]. Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
....
- Rea, A. D. (2022). *"Turismo de aventura y oferta turística en la Parroquia San Luis de Pambil, Cantón Guaranda."* ("Repositorio Digital UNACH: Turismo de aventura y oferta turística en la ...") [B.S. thesis]. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Reyes, I. (2018). *DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN EL ANÁLISIS DEL TURISMO INTERNO EN LA OCUPACIÓN HOTELERA DEL FERIADO DE NOVIEMBRE DEL 2017 EN BAHÍA DE CARÁQUEZ*. [PhD Thesis].
- Riquelme, M.-T. (2022). Les Fogueres de Sant Joan: De producto turístico a patrimonio cultural. *De vuelta a (ya vueltas con) la interpretación y presentación patrimonial. LEGATUM 2.0. Musealización y puesta en valor del patrimonio cultural: II Congreso Internacional. 16, 17, 18 y 19 de octubre de 2018*Daimiel. ("Laura Pinto Font - Dialnet") Ciudad Real, 199-208.
- Sánchez, L. M. C., Cossio, N. S., Ortiz, L. E. M., & Cartay, R. (2022). "Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador." ("Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades ...") *Revista de ciencias sociales*, 28(2), 287-299.
- Sancho, V., Crespo, X., & del Pilar Herrera-Díaz, S. (2023). "Las Tecnologías de la Información aplicadas a la educación Poscovid." ("Las Tecnologías de la Información aplicadas a la educación Poscovid ...") *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(1), 260-266.
- SEGITTUR. (2015). *Destinos Turísticos Inteligentes*.
- Sinaluisa, A. M. (2022). *"Diseño de un producto turístico para la parroquia Matus, cantón Penipe, provincia de Chimborazo."* ("Diseño de un producto turístico para la parroquia Matus, cantón Penipe ...")
- SNIES. (2019). *SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR - GLOSARIO*.
- Torres, J. I., & Anchundia, M. D. S. (2017). El alojamiento turístico en hogares: Una alternativa de negocio para la dinamización de la economía en la parroquia de Canoa (destino de sol y playa) después del terremoto del 16 de abril. *International journal of scientific management and tourism*, 3(3), 259-271.

Anexos

Anexo 1. Árbol de problema



Elaboración por: Cazorla Fernanda, (2022)

Hipótesis nula: El turismo educativo no se relaciona con el producto turístico de la parroquia de Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
Hipótesis alternante: El turismo educativo se relaciona con el producto de la parroquia de Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

Anexo 2. Matriz de Operacionalización

Tabla 21. Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICION	DEFINICION OPERACIONAL	DIMISIONES O CATEGORIAS	INDICADORES	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable Independiente Turismo Educativo	"El turismo educativo es un modo de viaje a varios destinos destinados a adquirir conocimientos y experiencias de carácter educativo, profesional o personal en áreas como la historia, la cultura, el aprendizaje social o lingüístico." ("Educational tourism. A theoretical review of the phenomenon Turismo ...") ("Educational tourism. A theoretical review of the phenomenon Turismo ...") (Franco et al., 2022)	El turismo educativo es una nueva modalidad de viaje donde los turistas por medio de la <u>motivación</u> aprenden, disfruta y conocen un destino para adquirir experiencia de la localidad rescatando los <u>saberes ancestrales</u> a través de la movilidad o <u>intercambio</u> de estudiantes, empleados, docentes o investigadores	Motivación turística	<ul style="list-style-type: none"> • Interés de viaje • Atención al cliente • Atractivos turísticos 	Pruebas estadísticas Encuesta dirigida a estudiantes Matriculados en el periodo 2023 1S, de la carrera de Turismo la Universidad Nacional de Chimborazo
			Saberes ancestrales	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria ancestral • Preservación • Comunidad local 	
			Intercambio académico	<ul style="list-style-type: none"> • Programas académicos • Movilidad académica • Desplazamiento temporal 	
VARIABLE	DEFINICION	DEFINICION OPERACIONAL	DIMISIONES O CATEGORIAS	INDICADORES	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable Dependiente Producto turístico	Un producto turístico corresponde al conjunto de productos, bienes y servicios, de recursos, ordenados y estructurados de forma que estén disponibles, las facilidades e infraestructura en el mercado para ser usados o consumidos	El producto turístico está conformado por bienes, <u>servicios</u> y <u>recursos turísticos</u> que posee un país por medio de las <u>facilidades</u> e infraestructura para satisfacer las necesidades del turista	Servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento. • Alimentos y bebidas. • Guianza 	Prueba estadística Encuesta dirigida a jefes de familias que habitan en el centro de la Parroquia Cebadas
			Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales • Recursos culturales 	

	por los turistas. (OMT, 2019)		Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad • Facilidades turísticas • Servicios básicos 	
--	-------------------------------	--	-----------------	--	--

Elaborado por: Cazorla Fernanda, (2022).

Anexo 3: Matriz de consistencia

Tabla 22. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
¿De qué manera se relaciona el turismo educativo con los productos turísticos de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?	Determinar la relación entre el turismo educativo y los productos turísticos de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	El turismo educativo se relaciona con productos turísticos de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	Variable Independiente Turismo Educativo	1. Motivación turística 2. Saberes ancestrales 3. Intercambio académico	1.1. Interés de viaje 1.2. Atención al cliente 1.3. Atractivo turístico 2.1. Memoria ancestral 2.2. Preservación 2.3. Conservación 3.1. Programas académicos 3.2. Movilidad académica 3.3. Desplazamiento temporal
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS			
E1 ¿De qué manera se relaciona la motivación de viaje con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo? E2 ¿De qué manera se relaciona los saberes ancestrales con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo? E3 ¿De qué manera se relaciona el intercambio académico con el producto turístico de	E1 Determinar la relación entre la motivación de viaje con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. E2 Determinar la relación entre los saberes ancestrales con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.	E1 La motivación de viaje se relaciona con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. E2 Los saberes ancestrales se relacionan con el producto turístico en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo E3 El intercambio	Variable Dependiente Producto turístico	1. Servicios turísticos 2. Recursos turísticos 3. Infraestructura	1.1. Alimentos y bebidas 1.2. Alojamiento 1.3. Guianza 2.1. Recursos naturales 2.2. Recursos culturales 3.1. Accesibilidad 3.2. Facilidades turísticas 3.3. Servicios básicos

<p>la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo?</p>	<p>E3 Determinar la relación entre el intercambio académico con el producto turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.</p>	<p>académico se relacionan con el producto el turístico de la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.</p>			
---	--	---	--	--	--

Elaborado por: Cazorla Fernanda, (2022).

Anexo 4. Encuesta – Turismo Educativo



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

QUESTIONARIO DIRIGIDO A: Estudiantes de la Carrera de Turismo de Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Formulario N. _____

Fecha de la encuesta: __/__/__

Encuestadora: Fernanda Belén Cazorla Vallejo.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La escala de Likert tiene como objetivo buscar datos sobre la percepción del Turismo Educativo en la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- a.- Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- b.- Seleccione una sola respuesta
- c.- Califique el nivel de percepción del turismo educativo en base a la siguiente escala de valoración:
1 = No importante 2 = Nada importante 3 = Neutro 4 = Importante 5 = Muy importante
- d.- Llene la encuesta y responda con toda sinceridad posible
- e.- La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.

1.- INFORMACIÓN GENERAL

a) ¿Cuál es su género? -

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

b) ¿Cuál es su edad?

18 - 23 años		24 - 29 años		Más de 30	
--------------	--	--------------	--	-----------	--

c) ¿En qué semestre se encuentra?

Primero		Segundo		Tercero		Cuarto	
---------	--	---------	--	---------	--	--------	--

Quinto		Sexto		Séptimo		Octavo	
--------	--	-------	--	---------	--	--------	--

2.- INFORMACIÓN ESPECIFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETROS
----	-------	------------

Dimensión	MOTIVACION TURÍSTICA	1	2	3	4	5
		No importante	Poco importante	Neutro	Importante	Muy importante
1	El interés de viajar en una gira académica se relaciona con la elección del destino					
2	Aprendizaje de la atención al cliente en los viajes académicos se relaciona con la satisfacción turística					
3	Los atractivos turísticos son una motivación para viajar					
Dimensión	SABERES ANCESTRALES					
4	La recuperación de la memoria ancestral en la educación turística					
5	La preservación del legado generacional y diversidad de saberes					
6	Impacto de la Comunidad local en el turismo educativo					
Dimensión	INTERCAMBIO ACADÉMICO					
7	Planificación de programas académicos para intercambios educativos					
8	La movilidad estudiantil en los intercambios académicos					
9	El desplazamiento temporal en los intercambios de estudiantes					

10. ¿Es conveniente estructurar el turismo educativo para la Parroquia Cebadas?

SI		NO	
----	--	----	--

La información recopilada es netamente académica y confidencial.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.!!

Anexo 5. Encuesta- Producto Turístico



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

CUESTIONARIO DIRIGIDO A: Jefes de familia que habitan en la Parroquia de Cebadas

Formulario N. _____

Fecha de la encuesta: __/__/__

Encuestadora: Fernanda Belén Cazorla Vallejo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La escala de Likert tiene como objetivo buscar datos sobre la percepción del Producto Turístico en la Parroquia Cebadas, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- a.- Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- b.- Seleccione una sola respuesta
- c.- Califique el nivel de percepción del producto turístico en base a la siguiente escala de valoración:
1 = No importante 2 = Nada importante 3 = Neutro 4 = Importante 5 =Muy importante
- d.-Llene la encuesta y responda con toda sinceridad posible
- e.- La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.

1- INFORMACIÓN GENERAL

a. ¿Cuál es su género? -

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

b. ¿Cuál es su edad?

20 - 25 años	<input type="checkbox"/>	26 - 31 años	<input type="checkbox"/>	32 - 37 años	<input type="checkbox"/>	38 - 43 años	<input type="checkbox"/>	más de 44 años	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------------	--------------------------

c. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Ninguna	<input type="checkbox"/>	Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Superior	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	----------	--------------------------	------------	--------------------------	----------	--------------------------

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETROS				
		1	2	3	4	5
Dimensión	SERVICIOS TURÍSTICOS					
		No importante	Poco importante	Neutro	Importante	Muy importante
	1	Los alimentos y bebidas en el producto turístico				
	2	El alojamiento en el producto turístico				
3	La guianza en el producto turístico					
Dimensión	RECURSOS TURISTICOS					
	4	Los Recursos naturales en los recursos turísticos				
	5	Los Recursos culturales en los recursos turísticos				
Dimensión	INFRAESTRUCTURA					
	7	La Accesibilidad en la infraestructura turística				
	8	Las Facilidades turísticas en la infraestructura turística				
	9	Los Servicios básicos en la infraestructura turística				

10. ¿Es conveniente mejorar el producto turístico en la parroquia Cebadas?

SI		NO	
----	--	----	--

La información recopilada es netamente académica y confidencial.

GRACIAS POR SU TIEMPO Y PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO.

Anexo 6. Validación de encuestas



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. Andrea Garrido

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2023-05-16

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS,
CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Turismo Educativo”

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 “Turismo Educativo”

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: _____

Firma del experto



ANDREA MARGARITA
GARRIDO PATREL



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Andrea Garrido

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2023-05-16

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS,
CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Producto Turístico”

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

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

Sugerencias:

Firma del experto



ANDREA MARGARITA
GARRIDO PATREL



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Andrea Sofia Ribadencira V.

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2023-05-16

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Turismo Educativo”

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 “Turismo Educativo”

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: Por favor revisar las sugerencias en rojo adjuntas para vuestra consideración.



Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Andrea Sofia Ribadencira V.

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 2023-05-16

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS,
CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “Producto Turístico”

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

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

Sugerencias: Por favor se recomienda leer las observaciones adjuntas en la encuesta para su consideración.



ANDREA SOFIA
RIBADENCIRA
VACACELA

Firma del experto

Anexo 7. Oficio solicitud de encuestas

Oficio Variable 1

Riobamba, 19 de mayo de 2023

PhD

Víctor Velasco

DIRECTOR D ELA CARRERA DE GTYH/TURISMO

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, y a su vez augurándole éxito en tan delicadas funciones a la cual acertadamente desempeña en tan prestigiosa institución.

Yo, **Fernanda Belén Cazorla Vallejo** con cedula n. **060435252-6**, estudiante de **Titulación**, periodo **2023- 1S**. Muy respetuosamente solicito me autorice aplicar mis encuestas a los estudiantes de Turismo matriculados en el presente periodo, datos que serán aplicados para mi trabajo de grado.

Por la atención que usted preste a la presente reitero mis más sinceros agradecimientos.
Atentamente.



Fernanda Belén Cazorla Vallejo

C.I: 060435252-6

Cebadas, 26 de mayo del 2023

Lic.

José Alberto Caín Coro

PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE CEBADAS

PRESENTE, -

De mi consideración:

Me permito hacer llegar un atento y cordial saludo, deseándole éxitos en las funciones que viene desempeñando en bienestar de la institución

Yo **Fernanda Belén Cazoria Vallejo** CC: 060435252-6, estudiante de la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**, carrera **GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**, me permito solicitar de la manera más comedida aplicar las encuestas a los jefes de familia de la parroquia Cebadas, misma que será utilizada para el desarrollo del proyecto de investigación titulado **"TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CEBADAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**.

Por la atención a la presente, le agradezco.

Atentamente,



Fernanda Belén Cazoria Vallejo
Estudiante

Correo electrónico: fernanda.cazorla@unach.edu.ec
Teléfono móvil: 0979485645



Anexo 8. Oficio aprobación de encuestas

Oficio Variable 1



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

Riobamba, 23 de mayo de 2023
Oficio No. 536-T-GTYH-2023

Srta.

Fernanda Belén Cazorla Vallejo
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TURISMO
Presente. –

De mi consideración:

Por medio del presente, le reitero un cordial saludo y a su vez en referencia al pedido realizado mediante oficio s/n de fecha 19 de mayo de 2023, me permito informarle que, esta dependencia le autoriza realizar encuestas a los estudiantes de Turismo matriculados en el presente período 2023-1S, a fin de que pueda continuar con el desarrollo de su proyecto de investigación.

Anticipando mi agradecimiento por la atención que se sirva dar a la presente.

Atentamente.

**VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO**

Firmado digitalmente por VICTOR
MEDARDO VELASCO SAMANIEGO
DN: cn=VICTOR MEDARDO
VELASCO SAMANIEGO, o=EC,
ou=SECURITY DATA S.A. 2,
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION
DE INFORMACION
Motivo Soy el autor de este
documento
Utiización:
Fecha: 2023.05.23 11:03:05:00

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

Copia: Archivo
Elaborado por: Samanta Calderón
Revisado por: Víctor Velasco



Ave. Antonio José de Sucre, Km. 1.5
Teléfono (593-3) 3730880, ext. 1406
Riobamba - Ecuador

Unach.edu.ec
en movimiento



Gente linda y trabajadora

Cebadas, 12 de julio de 2023.
GADPRC-OF-235-2023

Dr.
Héctor Germán Pacheco Sanunga
**DOCENTE DE LA CARRERA GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**
Presente.

Con un saludo cordial y en respuesta al oficio del estudiante enviado por su persona con fecha 30 de mayo del 2023, donde solicita la **AUTORIZACIÓN** a la señorita CAZORLA VALLEJO FERNANDA BELÉN, estudiante de la carrera, GESTIÓN TURÍSTICA HOTELERA el desarrollo de su proyecto de investigación titulado "TURISMO EDUCATIVO Y PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA CEBADAS, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO" proyecto en el cual la estudiante levantara información a través de las encuestas para posteriormente publicar los resultados obtenidos de las mismas en el Repositorio Digital UNACH, a lo cual **AUTORIZO** dicha petición.

Particular que pongo a su conocimiento, para los fines pertinentes.

Cordialmente,

Lic. José Caín Coro
**PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE CEBADAS**
Email: gadcebadas23.27@gmail.com

Dir.: Abdón Calderón s/n (Frente a la Plaza Central)
Telf.: 032315029
www.gadcebadas.gob.ec
Cebadas - Guamote - Chimborazo

Anexo 9. Resultados de la encuesta población (Turismo Educativo)

Pregunta a: ¿Cuál es su género?

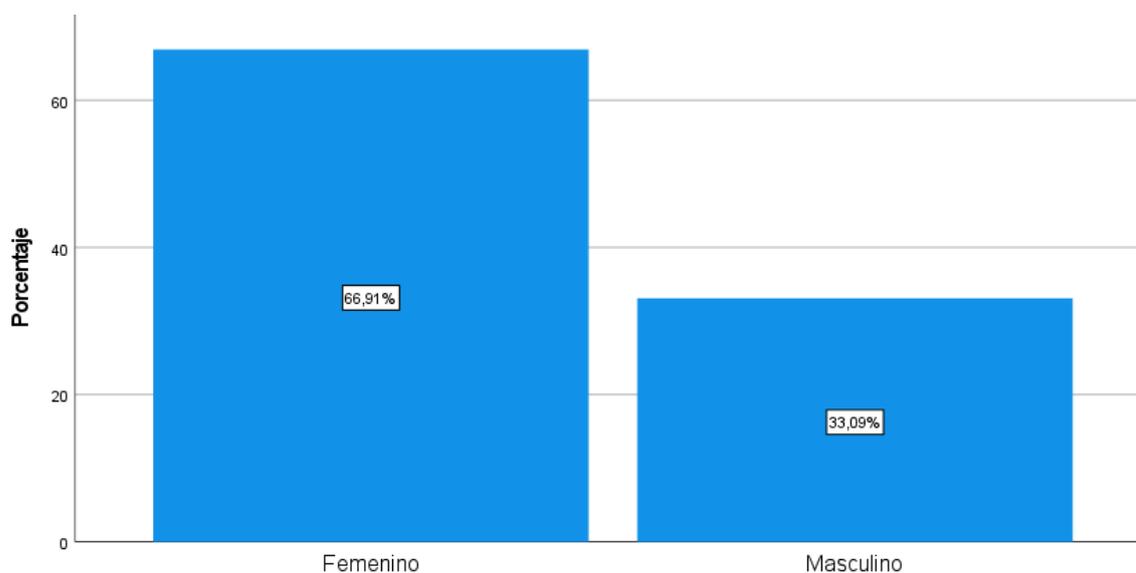
Tabla 23. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	91	66,91	66,91	66,91
	Masculino	45	33,09	33,09	100,00
	Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 1. Género



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Los encuestados son mayormente mujeres con el 66,91% y el 33,09% son hombres. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas fueron mujeres.

Pregunta b: ¿Cuál es su edad?

Tabla 24. Edad

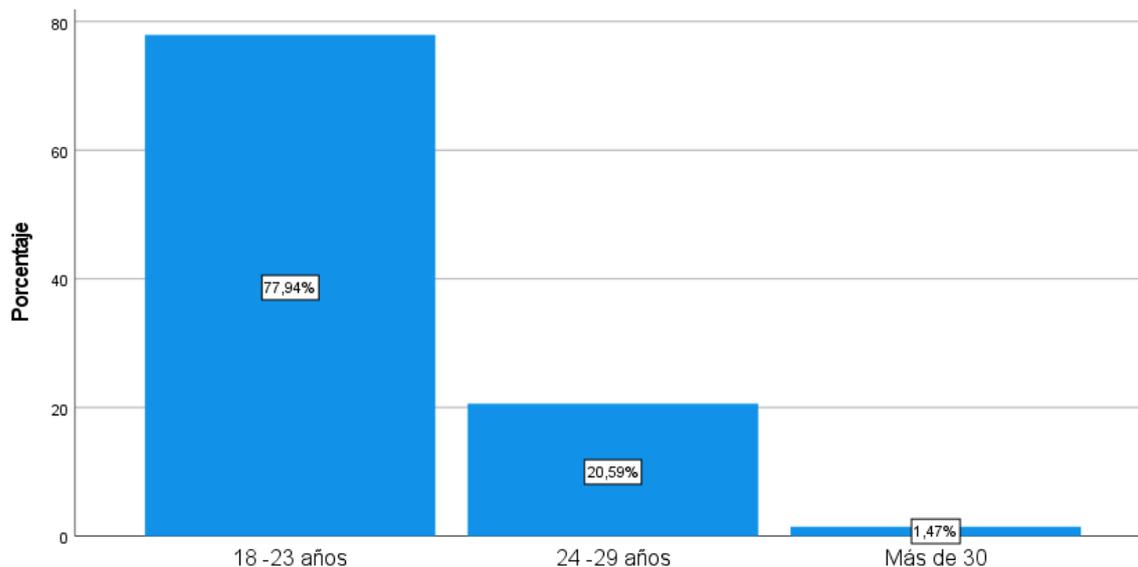
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	18 -23 años	106	77,94	77,94	77,94
	24 -29 años	28	20,59	20,59	98,53
	Más de 30	2	1,47	1,47	100,00
	Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 2. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

En los datos obtenidos de las encuestas se encuentra que el rango mayor de edad es de 18 a 23 años con el 77,94%, el 20,59% es de 24 a 29 años y el restante de 1,47% pertenece a más de 30 años. Se concluye que las personas que realizaron las encuestas tenían un rango de edad de 18 a 23 años.

Pregunta c: Semestre

Tabla 25. Semestre

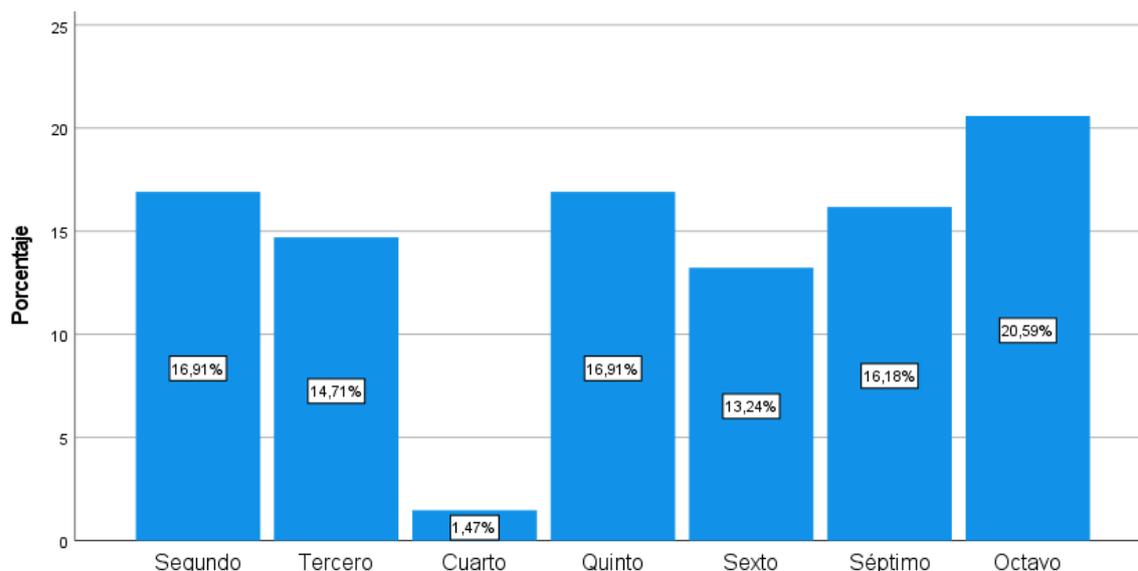
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Segundo	23	16,91	16,91	16,91
	Tercero	20	14,71	14,71	31,62
	Cuarto	2	1,47	1,47	33,09
	Quinto	23	16,91	16,91	50,00

Sexto	18	13,24	13,24	63,24
Séptimo	22	16,18	16,18	79,41
Octavo	28	20,59	20,59	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 3. Semestre



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

En los datos obtenidos de las encuestas se encuentra que octavo semestre tiene el porcentaje mayor de 20,59%, el 16,9% es de segundo y quinto con el mismo porcentaje, el 16,18% es de séptimo, el 14,71% es de tercero, el 13,24% es de sexto y el 1,47% es de cuarto semestre. Se concluye que las personas que realizaron las encuestas eran de octavo semestre

Pregunta 1: El interés de viajar se relaciona con la elección del destino

Tabla 26. Interés de viaje

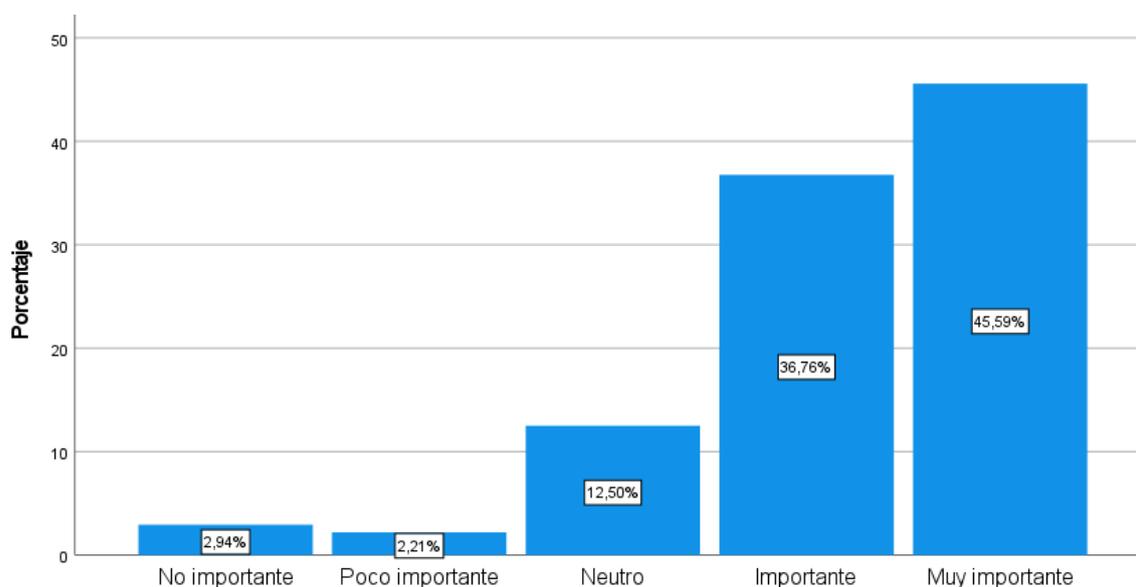
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	4	2,94	2,94	2,94
	Poco importante	3	2,21	2,21	5,15
	Neutro	17	12,50	12,50	17,65

Importante	50	36,76	36,76	54,41
Muy importante	62	45,59	45,59	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 4. Interés de viaje



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 45,59% considera que es muy importante el interés de viajar en una gira académica se relaciona con la elección del destino, el 36,76% es importante, el 12,50% es neutro, el 2,94 es no importante y el 2,21% es poco importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el interés de viajar.

Pregunta 2: Aprendizaje de la atención al cliente en los viajes académicos se relacionan con la satisfacción turística

Tabla 27. Atención al cliente

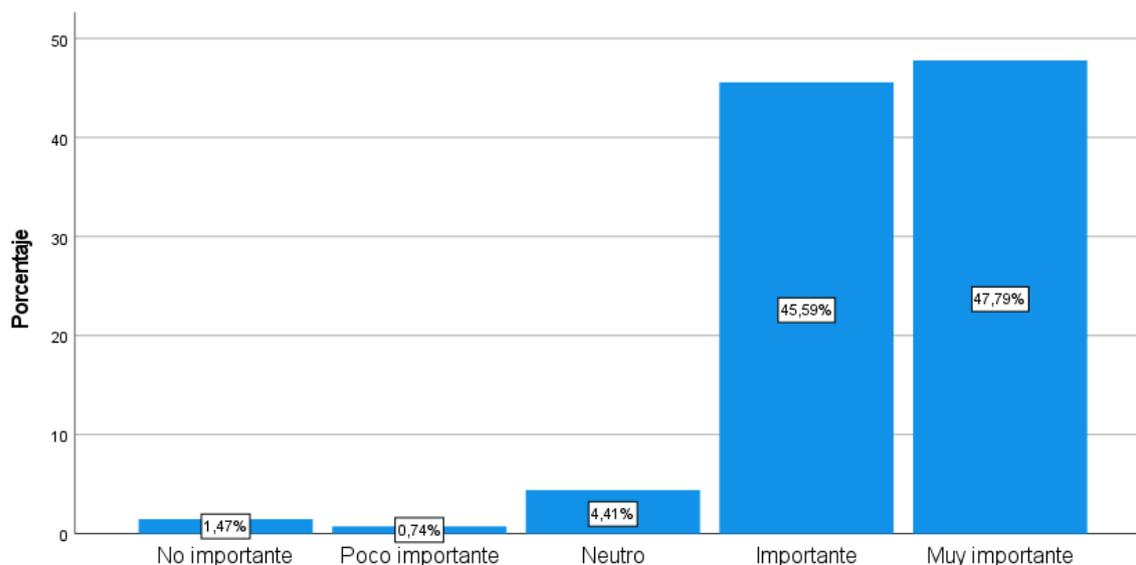
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	2	1,47	1,47	1,47
Poco importante	1	,74	,74	2,21

Neutro	6	4,41	4,41	6,62
Importante	62	45,59	45,59	52,21
Muy importante	65	47,79	47,79	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 5. Atención al cliente



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 47,79% considera que es muy importante el aprendizaje de la atención al cliente en los viajes académicos se relaciona con la satisfacción turística, el 45,59% es importante, el 4,41% es neutro, el 1,47% es no importante y el 0,74% es no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el aprendizaje de la atención al cliente.

Pregunta 3: Los atractivos turísticos son una motivación para viajar

Tabla 28. Atractivos turísticos

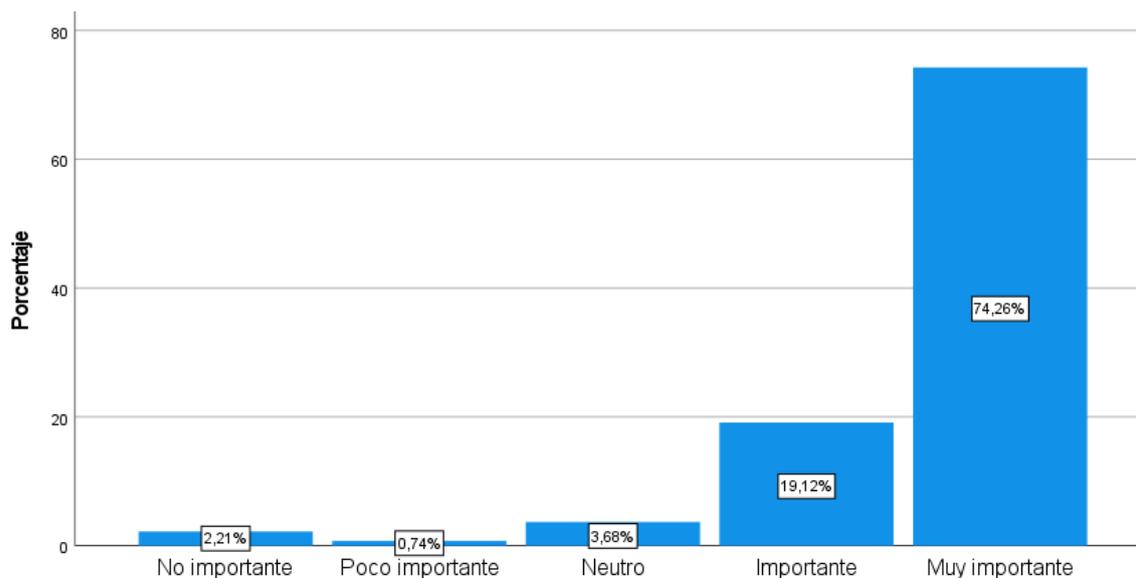
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	3	2,21	2,21	2,21
Poco importante	1	,74	,74	2,94

Neutro	5	3,68	3,68	6,62
Importante	26	19,12	19,12	25,74
Muy importante	101	74,26	74,26	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 6. Atractivos turísticos



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 74,26% considera que es muy importante los atractivos turísticos son una motivación para viajar, el 19,12% es importante, el 3,68% es neutro, el 2,21% es no importante y el 0,74% es poco importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia en los atractivos turísticos

Pregunta 4: La recuperación de la memoria ancestral en la educación turística

Tabla 29. Memoria ancestral

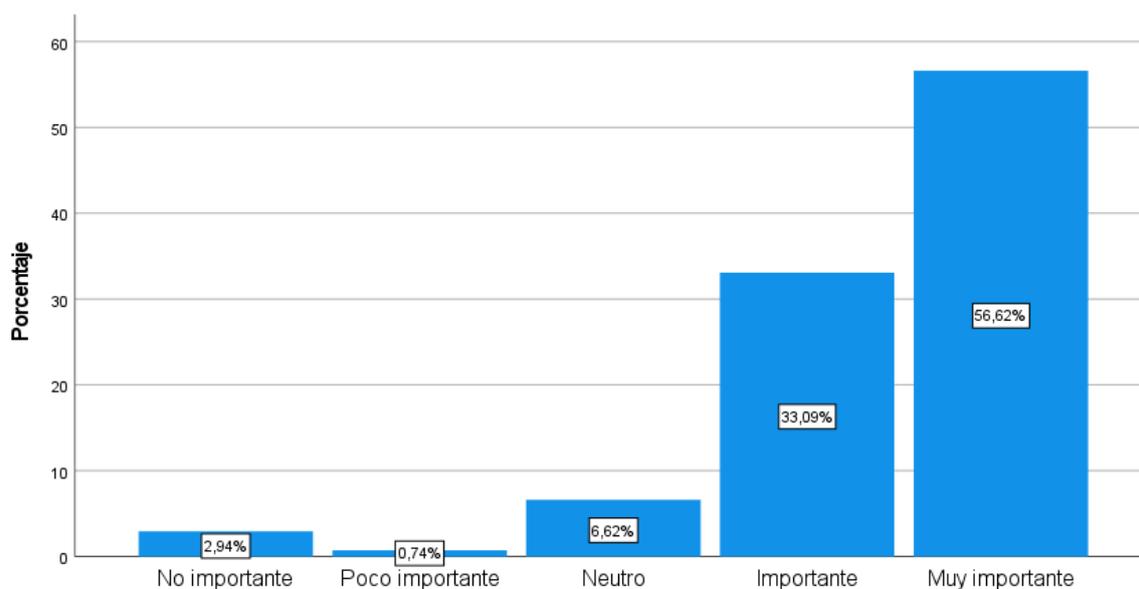
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	4	2,94	2,94	2,94
Poco importante	1,0	,74	,74	3,68
Neutro	9,0	6,62	6,62	10,29

Importante	45,0	33,09	33,09	43,38
Muy importante	77,0	56,62	56,62	100,00
Total	136,0	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 7. Memoria ancestral



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 56,62% considera que es muy importante la recuperación de la memoria ancestral en la educación turística, el 33,09% es importante, el 6,62% es neutro, 2,94% es no importante y el 0,74% es poco importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la recuperación de la memoria ancestral

Pregunta 5: La preservación del legado generacional y diversidad de saberes

Tabla 30. Preservación

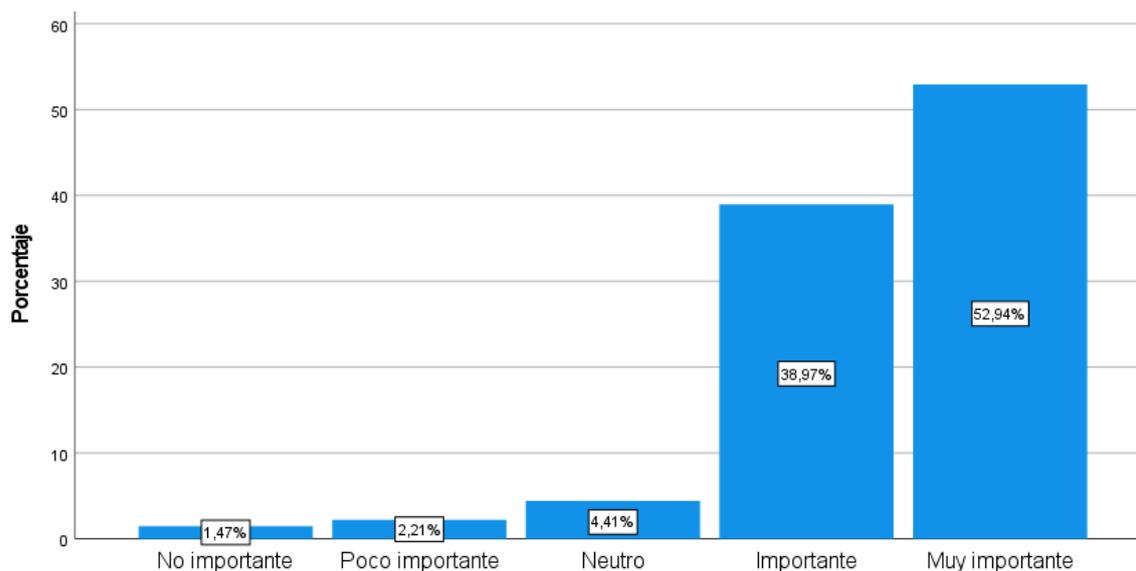
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	2	1,47	1,47	1,47
Poco importante	3	2,21	2,21	3,68
Neutro	6	4,41	4,41	8,09

Importante	53	38,97	38,97	47,06
Muy importante	72	52,94	52,94	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 8. Preservación



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 52,94% considera que es muy importante la preservación del legado generacional y diversidad de saberes, el 38,97% es importante, el 4,41% es neutro, el 2,21% es poco importante y el 1,47% corresponde a no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la preservación del legado generacional

Pregunta 6: Impacto de la comunidad local en el turismo educativo

Tabla 31. Comunidad local

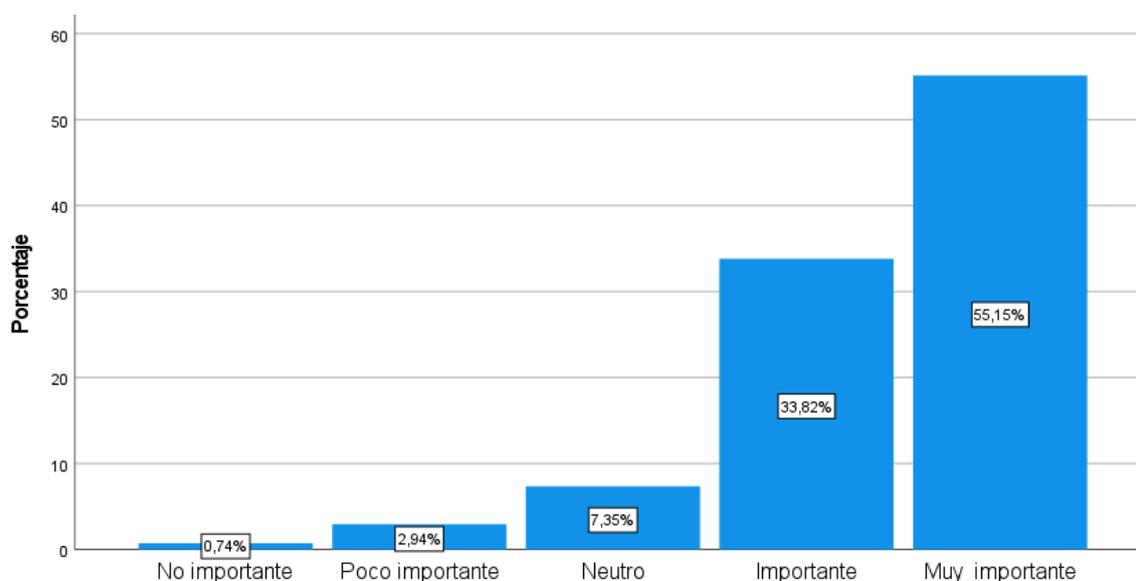
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	1	,74	,74	,74
Poco importante	4	2,94	2,94	3,68
Neutro	10	7,35	7,35	11,03

Importante	46	33,82	33,82	44,85
Muy importante	75	55,15	55,15	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 9. Comunidad local



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 55,15% considera que es muy importante el impacto de la comunidad local en el turismo educativo, el 33,82% es importante, el 7,35% es neutro, el 2,94% es poco importante y el 0,74% es no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el impacto de la comunidad local

Pregunta 7: Planificación de programas académicos para intercambios educativos

Tabla 32. Programas académicos

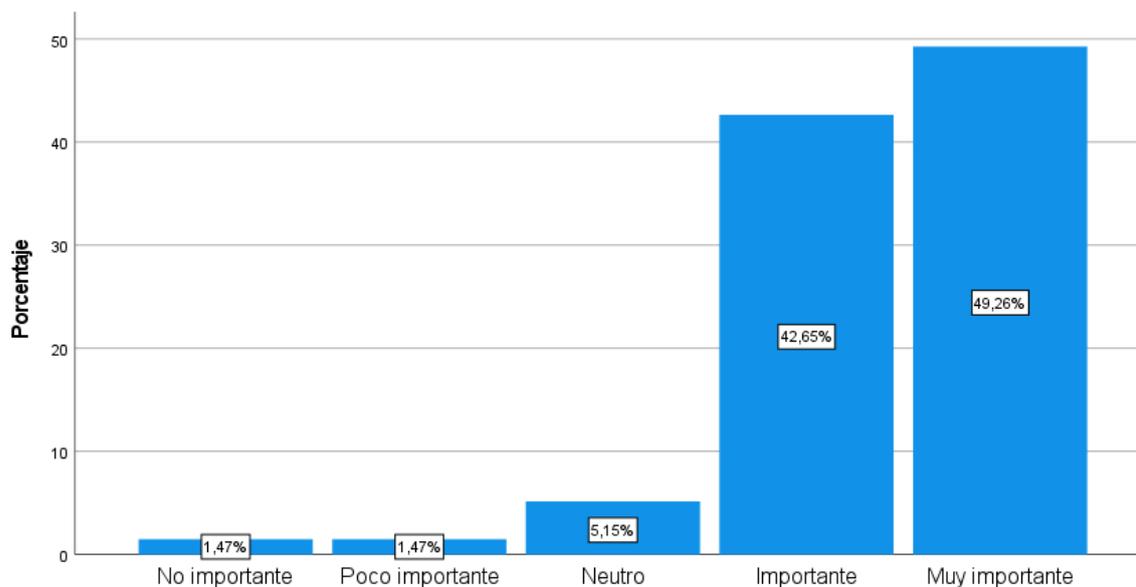
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	2	1,47	1,47	1,47
Poco importante	2	1,47	1,47	2,94
Neutro	7	5,15	5,15	8,09

Importante	58	42,65	42,65	50,74
Muy importante	67	49,26	49,26	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 10. Programas académicos



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 49,26% considera que es muy importante la planificación de programas académicos para intercambios educativos, el 42,65% es importante, el 5,15% es neutro y el 1,47% equivale a no importante y con el mismo porcentaje a poco importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la planificación de programas académicos

Pregunta 8: La movilidad estudiantil en los intercambios académicos

Tabla 33. Movilidad estudiantil

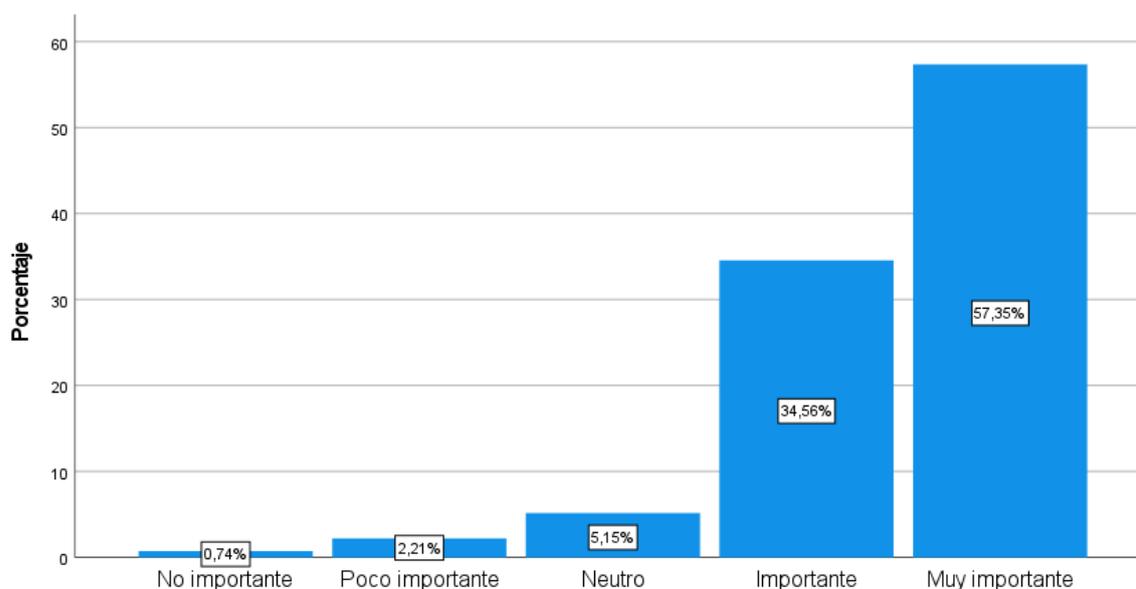
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	1	,74	,74	,74
Poco importante	3	2,21	2,21	2,94
Neutro	7	5,15	5,15	8,09

Importante	47	34,56	34,56	42,65
Muy importante	78	57,35	57,35	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 11 .Movilidad estudiantil



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 57,35% considera que es muy importante la movilidad estudiantil en los intercambios académicos, el 34,56% es importante, el 5,15% es neutro, el 2,21% es poco importante y el 0,74% es no importante. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia la movilidad estudiantil

Pregunta 9: El desplazamiento temporal en los intercambios educativos

Tabla 34. Desplazamiento temporal

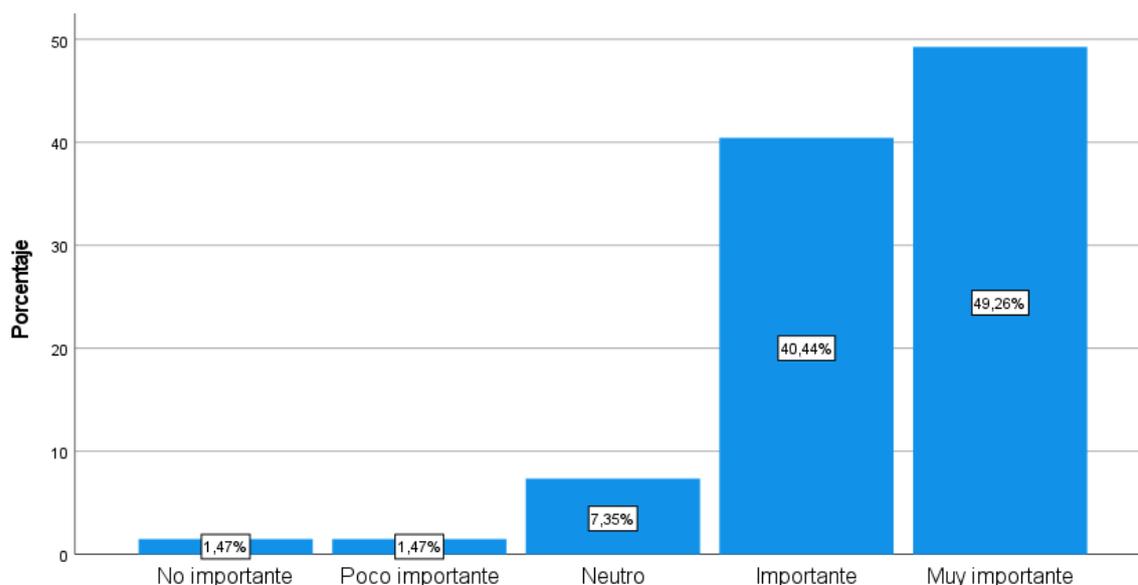
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No importante	2	1,47	1,47	1,47
Poco importante	2	1,47	1,47	2,94
Neutro	10	7,35	7,35	10,29
Importante	55	40,44	40,44	50,74

Muy importante	67	49,26	49,26	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 12. Desplazamiento temporal



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 49,26% considera que es muy importante el desplazamiento temporal en los intercambios educativos, el 40,44% es importante, el 7,35% es neutro y el 1,47% es poco importante y no importante con el mismo porcentaje. En conclusión, los estudiantes consideran de mayor importancia el desplazamiento temporal

Pregunta Complementaria: ¿Es conveniente estructurar el turismo educativo para la Parroquia Cebadas?

Tabla 35. Estructurar el turismo educativo

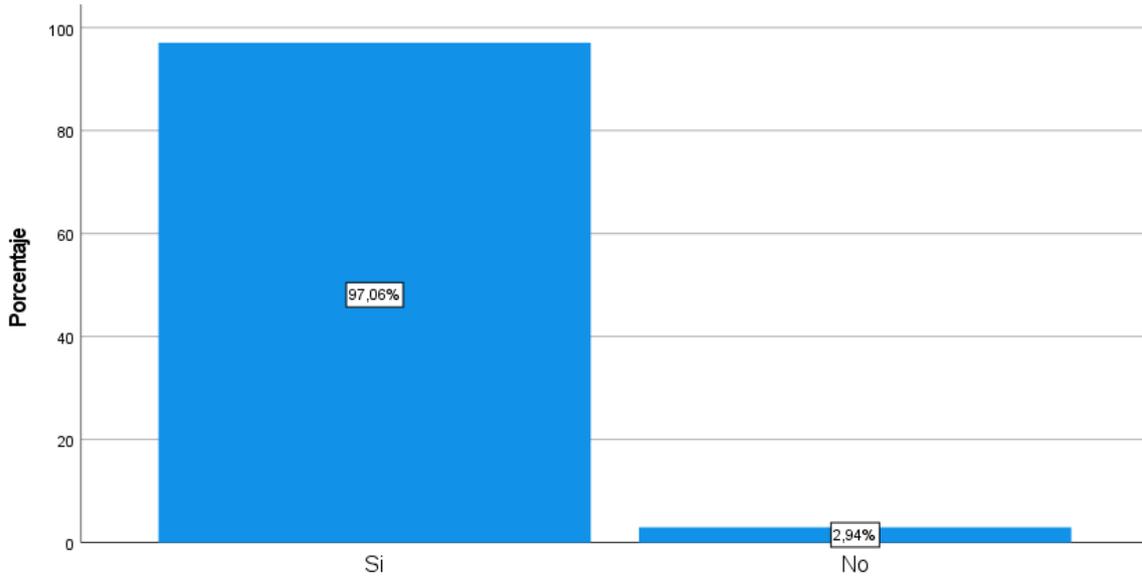
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	132	97,06	97,06	97,06

No	4	2,94	2,94	100,00
Total	136	100,00	100,00	

Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 13. Estructurar el turismo educativo



Fuente: Encuestas aplicadas el 29 de mayo 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 97,4% si consideran conveniente estructurar el turismo educativo en la parroquia Cebadas, mientras que 2,6% no.

ANEXO 10: Resultados de la encuesta (Producto Turístico)

Pregunta a: ¿Cuál es su género?

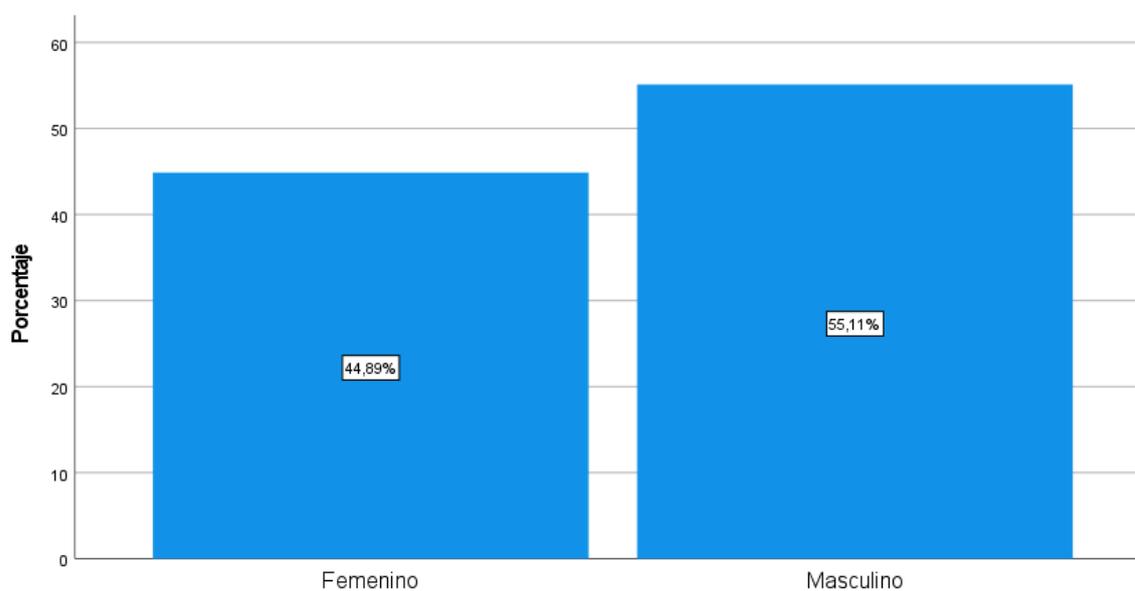
Tabla 36. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	79	44,89	44,89	44,89
	Masculino	97	55,11	55,11	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 14: Género Producto Turística



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Los encuestados son mayormente de género masculino con 55,11% y el 44,89% son de género femenino. Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas fueron hombres.

Pregunta b: ¿Cuál es su edad?

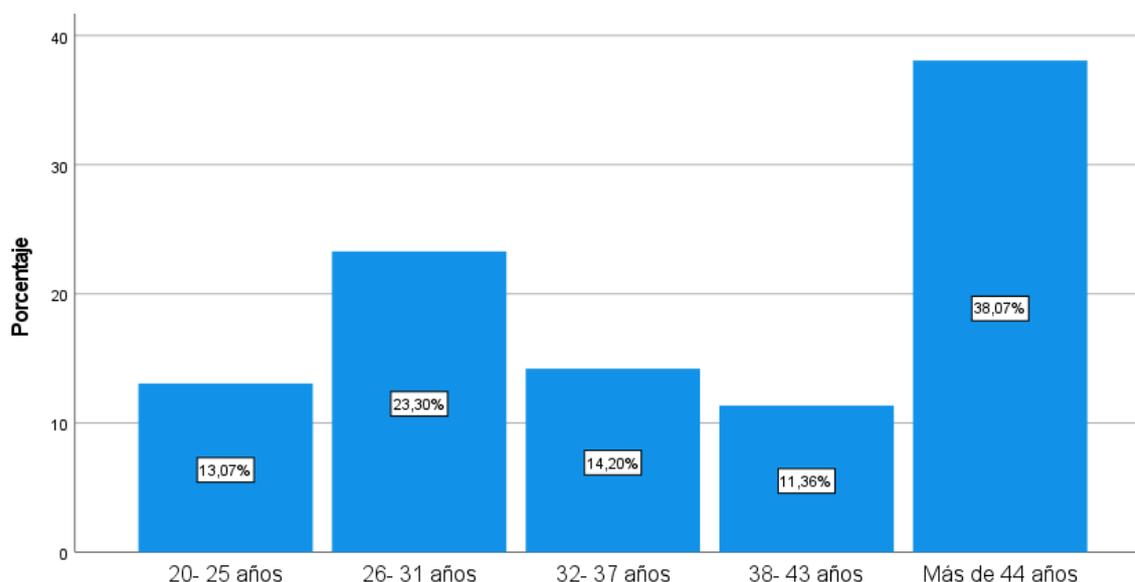
Tabla 37. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20- 25 años	23	13,07	13,07	13,07
	26- 31 años	41	23,30	23,30	36,36
	32- 37 años	25	14,20	14,20	50,57
	38- 43 años	20	11,36	11,36	61,93
	Más de 44 años	67	38,07	38,07	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 15. Edad Producto Educativo



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

En los datos obtenidos de las encuestas se encuentra que el rango mayor de edad es de más de 44 años con el 38,07%, el 23,30% es de 26 a 31 años, el 14,20% es de 32 a 37 años, el 13,07% es de 20 a 25 años y el restante de 11,36% pertenece a 38 a 43 años. Se concluye que las personas que realizaron las encuestas tenían un rango de edad de más de 44 años.

Pregunta c: ¿Cuál es su nivel de instrucción?

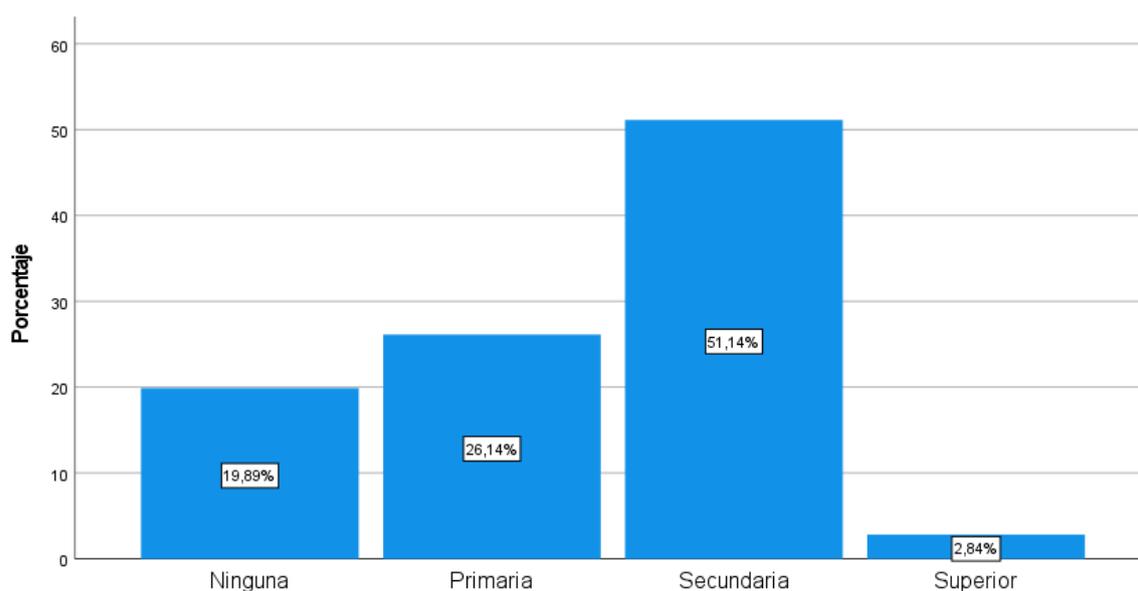
Tabla 38. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	35	19,89	19,89	19,89
	Primaria	46	26,14	26,14	46,02
	Secundaria	90	51,14	51,14	97,16
	Superior	5	2,84	2,84	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 16. Nivel de instrucción



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos la mayoría de los encuestados poseen un título de secundaria con el 51,14%, el 26,14% tiene un título de primaria, solo el 19,89% no posee ningún tipo de educación y el 2,84% posee un título superior. Se concluye que el porcentaje más alto posee un título de secundaria.

Pregunta 1: Los alimentos y bebidas en el producto turístico

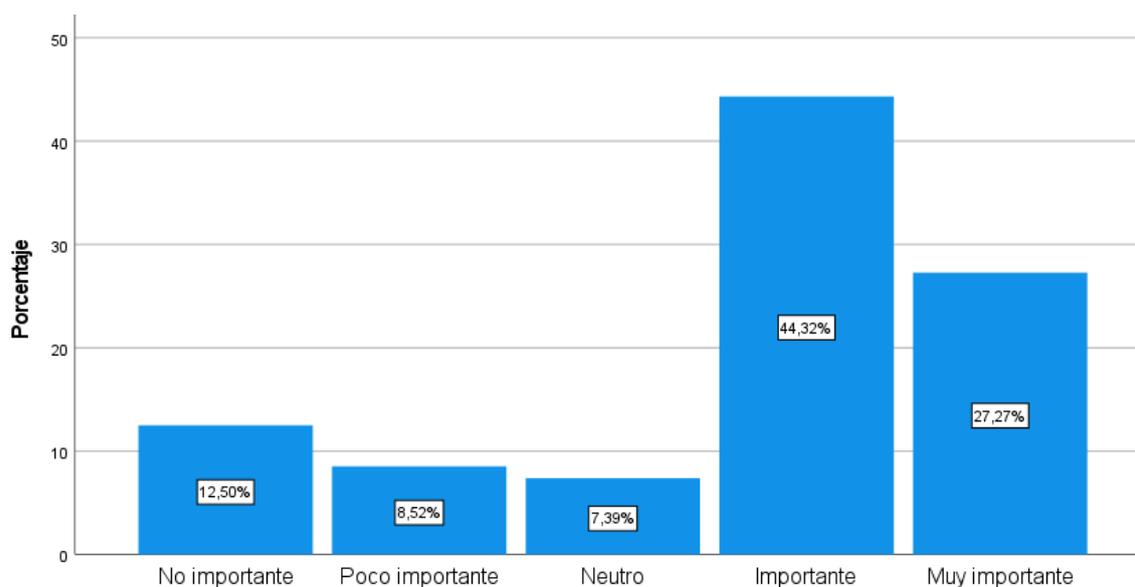
Tabla 39. Alimentos y bebidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	22	12,50	12,50	12,50
	Poco importante	15	8,52	8,52	21,02
	Neutro	13	7,39	7,39	28,41
	Importante	78	44,32	44,32	72,73
	Muy importante	48	27,27	27,27	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 17. Alimentos y bebidas



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 44,27% considera que es importante los alimentos y bebidas en el producto turístico, el 27,27% es muy importante, el 12,50 es no importante, el 8,52% es poco importante y el 7,39% es neutro. En conclusión, la población conoce la importancia del servicio de alimentos y bebidas.

Pregunta 2: El alojamiento en el producto turístico

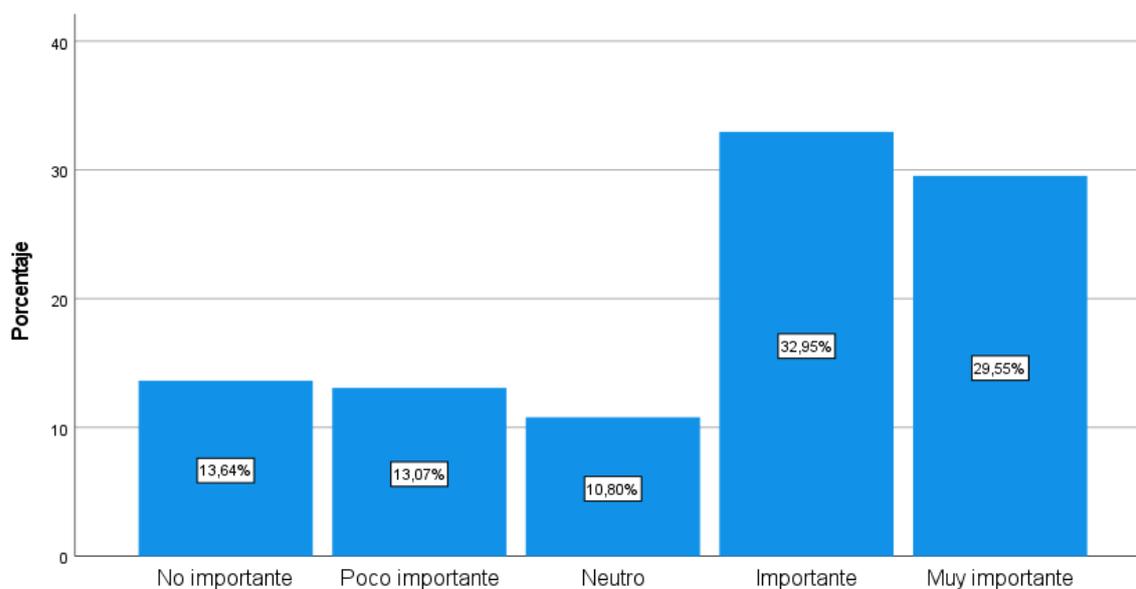
Tabla 40. Alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	24	13,64	13,64	13,64
	Poco importante	23	13,07	13,07	26,70
	Neutro	19	10,80	10,80	37,50
	Importante	58	32,95	32,95	70,45
	Muy importante	52	29,55	29,55	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 18. Alojamiento



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 32,95% considera que es importante el alojamiento en el producto turístico, 29,55% es muy importante, el 13,64% es no importante, el 13,07% es poco importante y el 10,80% es neutro. Se concluye que el alojamiento es importante para la parroquia.

Pregunta 3: La guianza en el producto turístico

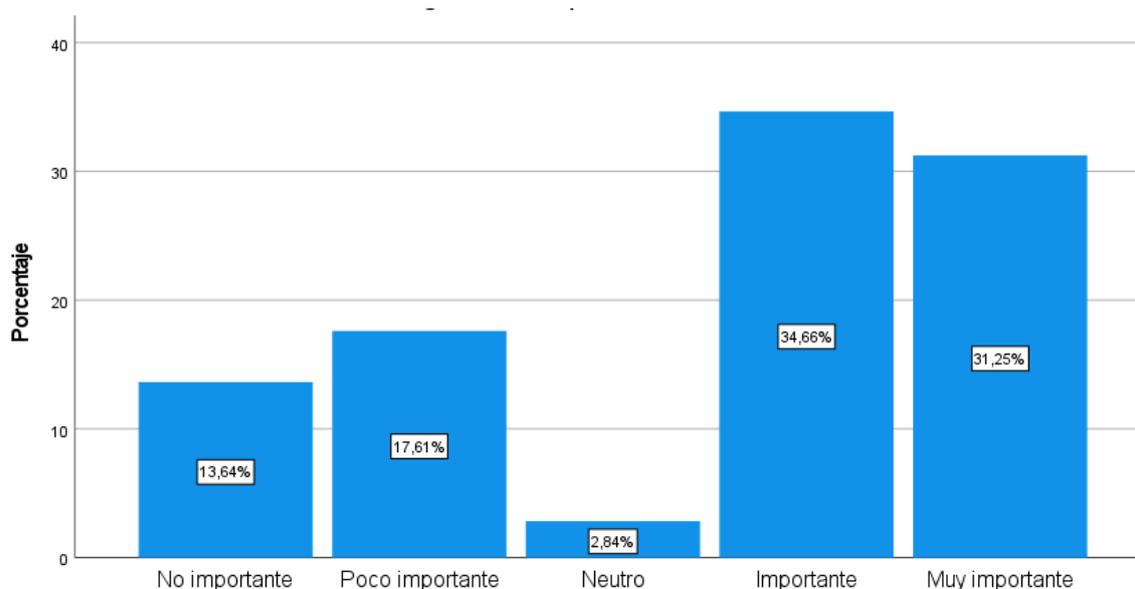
Tabla 41. Guianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	24	13,64	13,64	13,64
	Poco importante	31	17,61	17,61	31,25
	Neutro	5	2,84	2,84	34,09
	Importante	61	34,66	34,66	68,75
	Muy importante	55	31,25	31,25	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 19. Guianza



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 34,66% considera que es importante la guianza en el producto turístico, el 31,25% es muy importante, 17,61% es poco importante, el 13,64% no importante y el 2,84% es neutro. Se concluye que la guianza es de suma importancia para el servicio turístico.

Pregunta 4: Los recursos naturales en los recursos turísticos

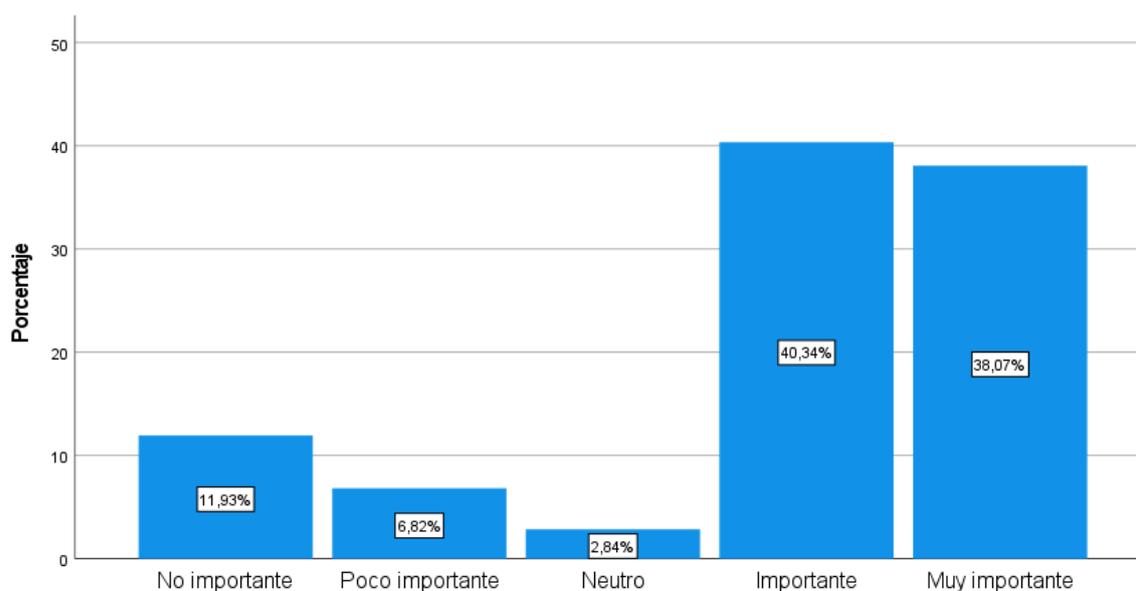
Tabla 42. Recursos naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	21	11,93	11,93	11,93
	Poco importante	12	6,82	6,82	18,75
	Neutro	5	2,84	2,84	21,59
	Importante	71	40,34	40,34	61,93
	Muy importante	67	38,07	38,07	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 20. Recursos naturales



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 40,34% considera que es importante los recursos naturales en los recursos turísticos, el 38,07% es muy importante, el 11,93% es no importante, el 6,82% es poco importante y el 2,84 % es neutro. Se concluye que los recursos culturales son importantes para los recursos turísticos de la parroquia.

Pregunta 5: Los recursos culturales en los recursos turísticos

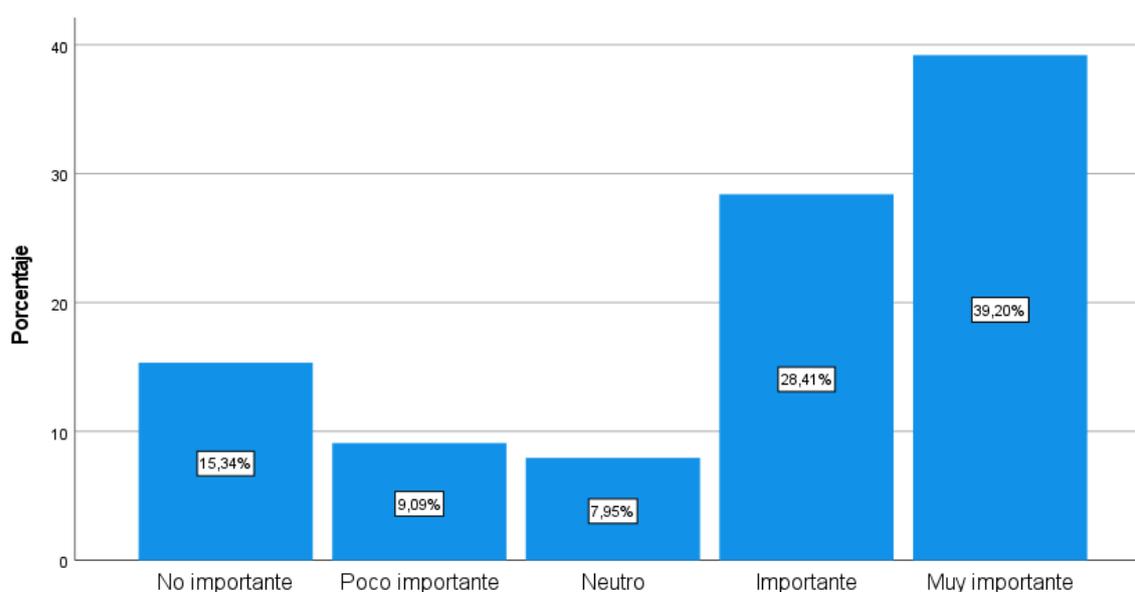
Tabla 43. Recursos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	27	15,34	15,34	15,34
	Poco importante	16	9,09	9,09	24,43
	Neutro	14	7,95	7,95	32,39
	Importante	50	28,41	28,41	60,80
	Muy importante	69	39,20	39,20	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 21. Recursos culturales



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 39,20% considera que es muy importante los recursos culturales en los recursos turísticos, 28,41% es importante, el 15,34% es no importante, el 9,09% es poco importante y el 7,95% es neutro. Se concluye que los recursos culturales son de suma importancia para los recursos turísticos de la parroquia.

Pregunta 6: La accesibilidad en la infraestructura turística

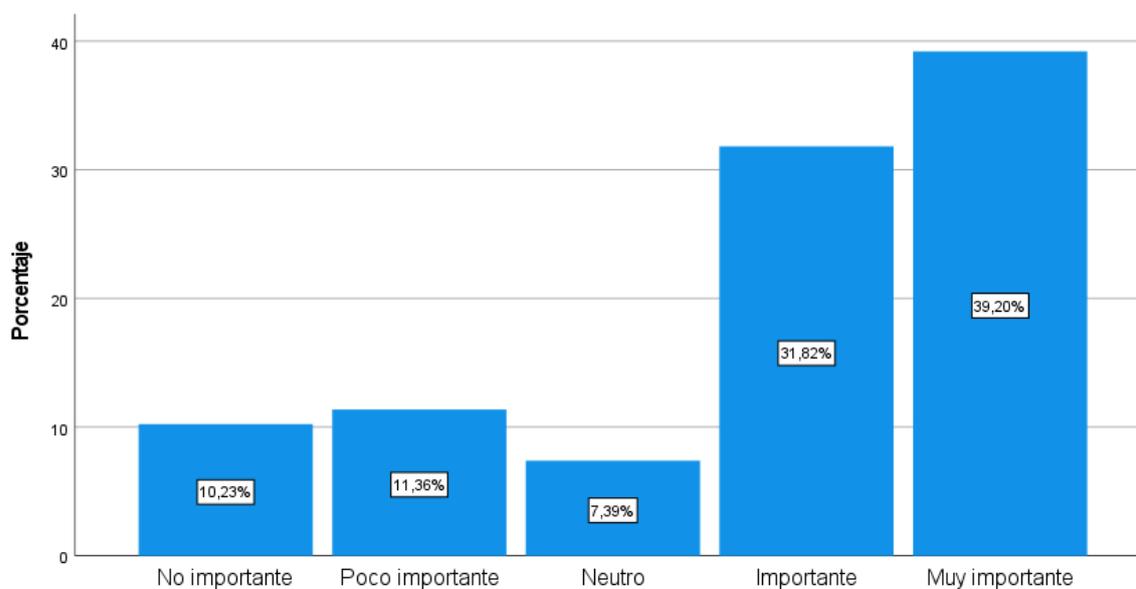
Tabla 44. Accesibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	18	10,23	10,23	10,23
	Poco importante	20	11,36	11,36	21,59
	Neutro	13	7,39	7,39	28,98
	Importante	56	31,82	31,82	60,80
	Muy importante	69	39,20	39,20	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 22. Accesibilidad



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas se observa que el 39,20% considera que es muy importante la accesibilidad en la infraestructura turística, 31,82% es importante, el 11,36% es poco importante, el 10,23% es no importante y el 7,39 % es neutro. Se concluye que la accesibilidad es muy importante para la infraestructura.

Pregunta 7: Las facilidades turísticas en la infraestructura turística

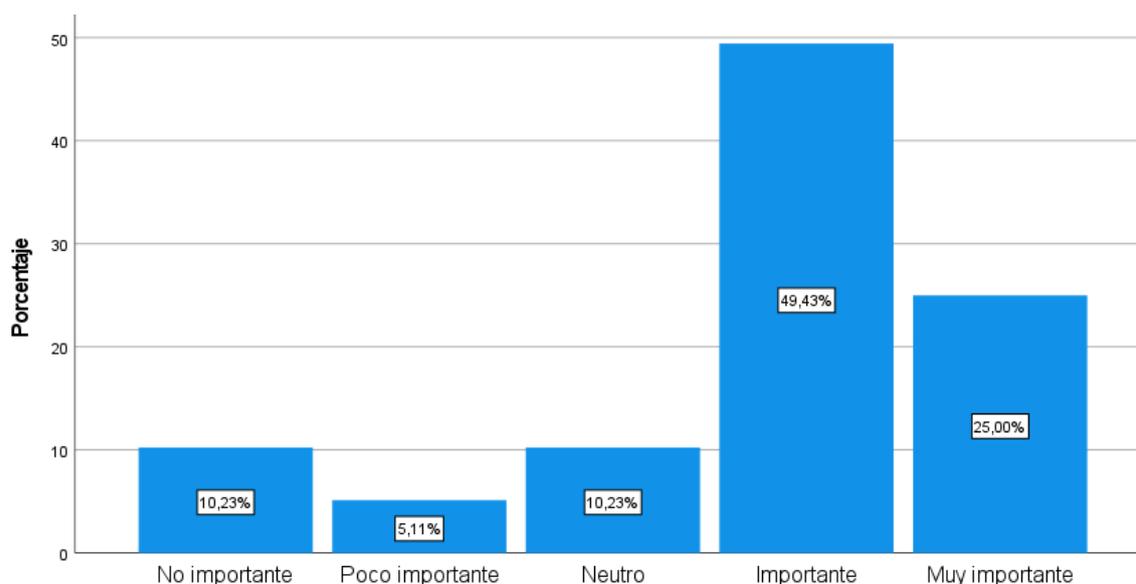
Tabla 45. Facilidades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	18	10,23	10,23	10,23
	Poco importante	9	5,11	5,11	15,34
	Neutro	18	10,23	10,23	25,57
	Importante	87	49,43	49,43	75,00
	Muy importante	44	25,00	25,00	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 23. Facilidades turísticas



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 49,43% considera que es importante las facilidades turísticas en la infraestructura turística, 25,00% es muy importante, el 10,23% es neutro y con el mismo porcentaje es no importante y el 5,11% es poco importante. Se concluye que es importante las facilidades turísticas.

Pregunta 8: Los servicios básicos en la infraestructura turística

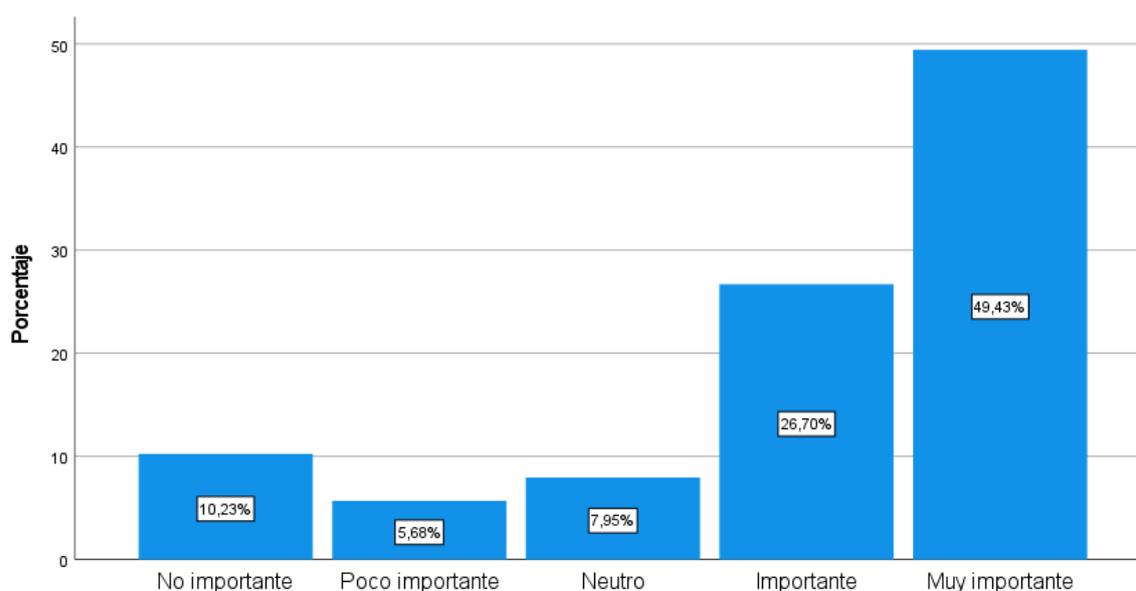
Tabla 46. Servicios básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No importante	18	10,23	10,23	10,23
	Poco importante	10	5,68	5,68	15,91
	Neutro	14	7,95	7,95	23,86
	Importante	47	26,70	26,70	50,57
	Muy importante	87	49,43	49,43	100,00
	Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 24. Servicios básicos



Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 49,43% considera que es muy importante los servicios básicos en la infraestructura turística, 26,70% es importante, el 10,23% es no importante, el 7,95% es neutro y el 5,68% corresponde a poco importante. Se concluye que es de suma importancia incrementar servicios básicos en la infraestructura turística.

Pregunta Complementaria: ¿Es conveniente mejorar el producto turístico en la Parroquia Cebadas?

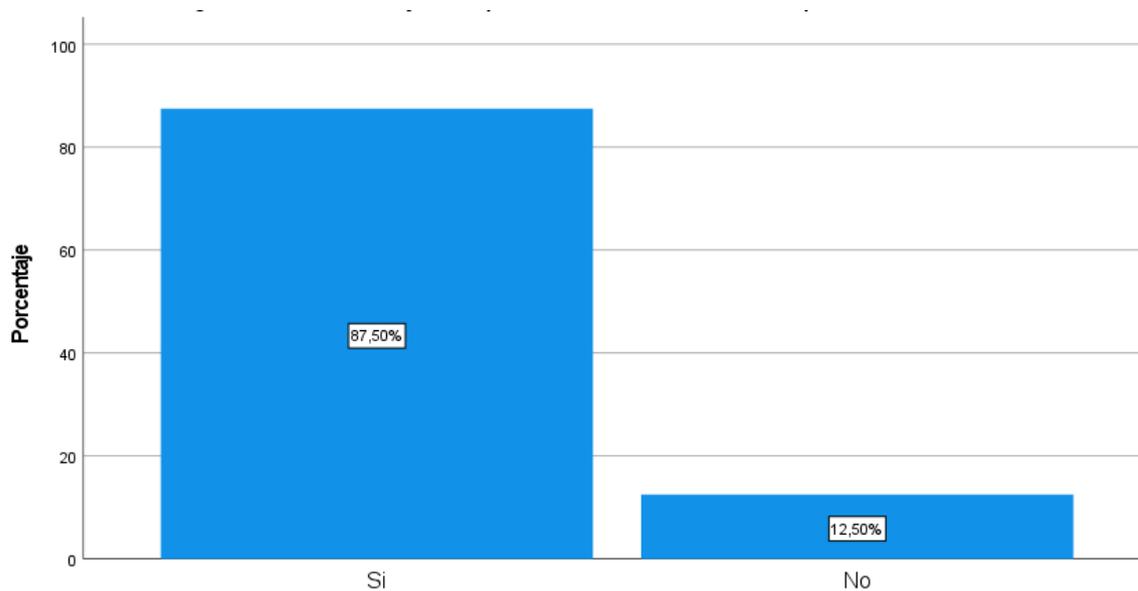
Tabla 47. ¿Es conveniente mejorar el producto turístico en la Parroquia Cebadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	154	87,50	87,50	87,50
No	22	12,50	12,50	100,00
Total	176	100,00	100,00	

Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Gráfico 25. Mejorar el producto turístico



Fuente: Encuesta aplicada el 31 de mayo del 2023

Elaborado por: Cazorla, Fernanda (2023)

Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 87,50% considera que es conveniente mejorar el producto turístico en la parroquia Cebadas, el 12,50% consideran que no. Se concluye que se debe ejecutar nuevos proyectos.