



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

**Título "FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS
EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA
DE CHIMBORAZO"**

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

Autor:

Rea Arrieta Bryan Emanuel

Tutor:

Mg. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Rea Arrieta Bryan Emanuel**, con cédula de ciudadanía **1750381327**, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: "FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, 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, 8 de Febrero de 2024.

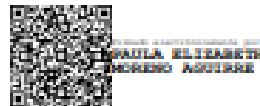


Rea Arrieta Bryan Emanuel
C.I: 1750381327

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mg. Paula Elizabeth Moreno Aguirre catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación "FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO", bajo la autoría de Rea Arrieta Bryan Emanuel; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 11 días del mes de Diciembre de 2023.



Mg. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

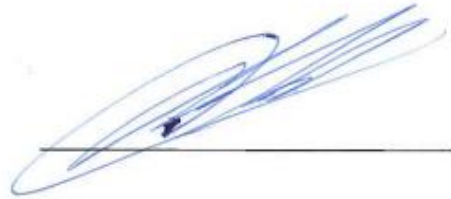
C.I:0602355364

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO", con cédula de identidad número 1750381327, bajo la tutoría de la Mg. Paula Elizabeth Moreno Aguirre 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 06 de febrero del 2024.

Mgs. Diego Calvopiña
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Danilo Quintana
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Daniel Guerrero
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **REA ARRIETA BRYAN EMANUEL** con CC: **1750381327**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**". cumple con el 9 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **Tumitín**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 25 de Enero de 2024



PAULA ELIZABETH
MORENO AGUIRRE

Mg. Paula Elizabeth Moreno Aguirre
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado con todo mi corazón a mis padres, ya que ellos han apostado en mi capacidad para lograrlo, fueron la inspiración para llegar a la cima y seguir mirando al horizonte para conquistarlo. Por esa razón este trabajo es dedicado a ellos, por su paciencia, aprecio y cariño en este arduo proceso.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por guiarme, cuidarme en todo el transcurso y vida universitaria, a la universidad por permitir convertirme en una persona profesional en lo que me apasiona, a mis docentes que con su paciencia y conocimiento ayudaron a forjarme en lo que ahora soy para ser un profesional de bien. Finalmente, como no agradecer a mis padres quienes me apoyaron en toda mi carrera permitiéndome cumplir con excelencia todo este proceso, gracias por creer en mí y gracias, Dios por permitirme vivir para poder sentir la felicidad de cumplir una meta más a lado de personas especiales que estuvieron junto a mí en el lapso universitario.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS.

ÍNDICE DE GRAFICOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCION.....	17
1.1 Antecedentes	18
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Justificación	19
1.3.1 Justificación teórica.....	19
1.3.2 Justificación práctica	19
1.3.3 Justificación metodológica.....	19
1.4 Objetivos	20
1.4.1 General	20
1.4.2 Específicos	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	21
1.5 Facilidades turísticas	21
1.5.1 Oferta.....	22
1.5.2 Recurso Natural	22
1.5.3 Servicios Turísticos	22
1.6 Atractivos turísticos	23
1.6.1 Atractivos turísticos naturales	23
1.6.2 Elementos Materiales	23
1.6.3 Elementos Inmateriales	23

1.6.4	Desplazamiento	23
1.7	Estado del arte	24
CAPÍTULO III. METODOLOGIA		25
1.8	Tipo de Investigación	25
1.8.1	Investigación documental	25
1.8.2	Investigación de campo	25
1.8.3	Investigación Explicativa	25
1.9	Alcance de la investigación	26
1.9.1	Investigación Exploratoria	26
1.9.2	Investigación Descriptiva	26
1.9.3	Investigación correlacional	27
1.10	Diseño de investigación	27
1.10.1	Investigación No experimental	27
1.10.2	Investigación Transversal	27
1.11	Técnicas de recolección de datos	27
1.11.1	Instrumento	27
1.12	Población de estudio y tamaño de muestra	28
1.12.1	Población variable independiente: Facilidades Turísticas	28
1.12.2	Población variable dependiente: Atractivos Turísticos	28
1.12.3	Muestreo no Probabilístico por Conveniencia	28
1.13	Tamaño de muestra	29
1.13.1	Facilidades Turísticas	29
1.13.2	Atractivos Turísticos	30
1.14	Hipótesis	30
1.14.1	Hipótesis General	30
1.14.2	Hipótesis Específicas	30
1.15	Métodos de análisis y procesamiento de datos	31
1.15.1	Métodos de análisis	31
1.15.2	Validación de instrumentos	31
1.15.3	Confiabilidad de los instrumentos	32
1.15.4	Alfa de Cronbach	32
1.15.5	Confiabilidad de instrumentos, Variable Independiente: Facilidades Turísticas	

1.15.6	Confiabilidad instrumentos Variable Dependiente: Atractivos Turísticos	33
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		33
1.16	Análisis, interpretación y discusión de los resultados	33
1.17	Prueba de hipótesis	42
1.17.1	Hipótesis general	42
1.17.2	Prueba de Chi cuadrado	42
1.17.3	Decisión	43
1.18	Hipótesis Especifica 1	43
1.18.1	Prueba Chi cuadrado.....	43
1.18.2	Decisión	43
1.19	Hipótesis Especifica 2.....	44
1.19.1	Prueba Chi cuadrado.....	44
1.19.2	Decisión	44
1.20	Hipótesis Especifica 3	44
1.20.1	Prueba de chi-cuadrado	44
1.20.2	Decisión	45
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		46
1.21	Conclusiones	46
1.22	Recomendaciones	46
CAPÍTULO VI. PROPUESTA		47
1.23	Título de Propuesta	47
1.24	Introducción	47
1.25	Objetivos	48
1.25.1	Objetivo general	48
1.25.2	Objetivos específicos	48
1.26	Desarrollo.....	48
1.27	FODA.....	48
1.28	Esquema de la propuesta.....	49
1.28.1	Identificación de los puntos clave	49
1.28.2	Identificación de los puntos clave para la señalética.	49
1.28.3	Recopilación de datos sobre el atractivo	50
1.28.4	Ruta y señales a implementar	51

1.28.5	Materiales para la señalética.....	55
1.28.6	Propuesta de implementación de señalética en puntos estratégicos	56
1.28.7	Presupuesto de la señalética de aproximación.....	57
1.29	Conclusiones	59
	Bibliografía.....	59

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Población de estudio	28
Tabla 2 Prestadores de servicio del cantón Alausí	29
Tabla 3 Expertos seleccionados.....	31
Tabla 4 Alfa de Cronbach.....	32
Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad.....	33
Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad.....	33
Tabla 7 Encuesta aplicada a los prestadores de servicios dentro de las Facilidades Turísticas.....	34
Tabla 8 Encuesta aplicada a personas que visitan los Atractivos Turísticos.....	38
Tabla 9 Prueba de Chi cuadrado.....	42
Tabla 10 Prueba de Chi cuadrado.....	43
Tabla 11 Prueba de Chi cuadrado.....	44
Tabla 12 Prueba de Chi cuadrado.....	44
Tabla 13 FODA	48
Tabla 14 Características en la implementación de señalética.....	51
Tabla 15 Propuesta de implementación de señalética	56
Tabla 16 Presupuesto de señalética	57
Tabla 17 Mantenimiento.....	58
Tabla 18 Presupuesto General	58
Tabla 19 Género	88
Tabla 20 Edad.....	88
Tabla 21 Lugar de Procedencia	89
Tabla 22 Importancia sobre los atractivos turísticos al visitarlos.....	90
Tabla 23 Importancia en la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo	91
Tabla 24 Importancia en la conmoción que causo el conocer los atractivos.....	92
Tabla 25 Importancia en la sensación al llegar hacia los atractivos	93
Tabla 26 Importancia en la impresión de la imagen del destino turístico	94
Tabla 27 Importancia en la satisfacción al momento de observar los recursos naturales ...	95
Tabla 28 Importancia del valor de la cultura de la localidad.....	96
Tabla 29 Importancia en la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo	97

Tabla 30	Importancia en el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad..	98
Tabla 31	Importancia de captación en las características de los recursos en su visita	99
Tabla 32	Género	100
Tabla 33	Edad.....	101
Tabla 34	Lugar de procedencia	102
Tabla 35	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	103
Tabla 36	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas	104
Tabla 37	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones	105
Tabla 38	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo	106
Tabla 39	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	107
Tabla 40	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad ..	108
Tabla 41	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos	109
Tabla 42	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad.....	110
Tabla 43	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas .	111
Tabla 44	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas	112

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Género.....	88
Gráfico 2 Edad	89
Gráfico 3 Lugar de Procedencia.....	90
Gráfico 4 Importancia sobre los Atractivos Turísticos al visitarlos.....	91
Gráfico 5 Importancia en la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo	92
Gráfico 6 Importancia en la conmoción que causo conocer los atractivos	92
Gráfico 7 Importancia en la sensación al llegar hacia los atractivos	93
Gráfico 8 Importancia en la impresión de la imagen del destino turístico	95
Gráfico 9 Importancia en la satisfacción al momento de observar los recursos naturales.....	96
Gráfico 10 Importancia del valor de la cultura de la localidad.....	97
Gráfico 11 Importancia en la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo	98
Gráfico 12 Importancia en el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad.....	99
Gráfico 13 Importancia de captación en las características de los recursos en su visita	100
Gráfico 14 Género.....	101
Gráfico 15 Edad	102
Gráfico 16 Lugar de procedencia.....	103
Gráfico 17 Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	103
Gráfico 18 Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas.....	104
Gráfico 19 Importancia en el impacto sobre sus tradiciones	105
Gráfico 20 Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo.....	106
Gráfico 21 Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	108
Gráfico 22 Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad.....	109
Gráfico 23 Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos.....	110
Gráfico 24 Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad .	111
Gráfico 25 Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas.....	112
Gráfico 26 Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas	113

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de analizar la relación que hay entre Facilidades Turísticas y Atractivos Turísticos en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo. Se realizó una investigación documental y de campo por lo que ayudó a profundizar y palpar de manera directa lo mencionado. Para la recolección de datos se realizó en dos etapas donde la primera se aplicó a los prestadores de servicios catastrados en el cantón Alausí que están dentro de la variable independiente, los mismos que paulatinamente están retomando sus actividades planificadas y la segunda que son a los visitantes de la parroquia Sibambe que están dentro de la variable dependiente. Para determinar la confiabilidad de los instrumentos se utilizó un programa estadístico el cual nos ayuda arrojando datos reales. Con dichos datos recopilados se estableció que la relación entre Facilidades Turísticas y Atractivos Turísticos en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es factible. Por lo que, al analizar los resultados arrojados, se presenta la propuesta que responde a la deficiencia e inexistencia del atractivo, recalando que, mediante un análisis FODA, se sugieren estrategias para mejorar las facilidades turísticas como la presencia de señalética que ayudará con el desarrollo y conocimiento del atractivo turístico.

Palabras claves: Facilidades Turísticas, Atractivo Turístico, señalética, recursos turísticos.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of analyzing the relationship between Tourist Facilities and Tourist Attractions in the parish of Sibambe, Alausí canton, province of Chimborazo. The documentary and field research were carried out, which helped to deepen and direct the experience. The data collection was carried out in two stages. The first was applied to the service providers registered in the Alausí canton that are within the independent variable, the same ones that are gradually resuming their planned activities, and the second was to the visitors from the Sibambe parish within the dependent variable. To determine the reliability of the instruments, a statistical program was used, which helps us provide real data. With said data collected, it was established that the relationship between Tourist Facilities and Tourist Attractions in the parish of Sibambe, Alausí canton, province of Chimborazo, is not feasible. Therefore, when analyzing the results obtained, the proposal is presented that responds to the deficiency and non-existence of the attraction, emphasizing that, through a SWOT analysis, strategies are suggested to improve tourist facilities, such as the presence of signage that will help with the development. . and knowledge of the tourist attraction.

Keywords: Tourist Facilities, Tourist Attraction, signage, tourist resources.



Reviewed by:

CAPÍTULO I. INTRODUCCION.

El turismo es una actividad que, con el tiempo, se ha adaptado y crecido, donde se descubrieron maneras o alternativas encaminando el desarrollo de un lugar, mediante la variedad de atractivos naturales o culturales que puede implementarse según las necesidades presentadas.

Las facilidades turísticas para Sammarchi, son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor.

Cabe mencionar también que son aquellas posibilidades que complementan los atractivos turísticos, permitiendo la permanencia y el disfrute de una estancia agradable, por lo que también menciona que tienen la consideración de facilidades turísticas la prestación de los siguientes servicios:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios. (“Cartilla de Sensibilización Turística by Edison Organista - Issuu”)
- Servicio de restauración, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas. (“Empresas De Restauración Turistica:Restauración Tradicional”)

Según Rivera (2009) se define como el conjunto de elementos materiales e inmateriales susceptibles de transformarse en un producto turístico capaz de incidir sobre la decisión del turista provocando su visita mediante flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

Esto quiere decir que un Atractivo Turístico vienen a ser los elementos materiales e inmateriales que pueden estar aptos a transformarse en un producto turístico.

Es por ello que, en la investigación, consta de cuatro puntos importantes como: En el Capítulo I, Introducción, que está inmerso antecedentes, por qué utilizamos los distintos tipos de justificaciones y los objetivos que nos planteamos en nuestra investigación, seguidamente en el Capítulo II, Marco Teórico, donde hablamos sobre facilidades turísticas, atractivos y elementos turísticos, a continuación, el Capítulo III, se presentará la Metodología, los tipos de investigación y los métodos que vamos a utilizar, seguidamente en el Capítulo IV, Resultados y Discusión, que está inmerso hipótesis

finalmente, en el Capítulo V, donde estará inmerso, Conclusiones y Recomendaciones sobre la investigación.

1.1 Antecedentes

Al mencionar las facilidades turísticas (Sanmarchi, 2001) nos menciona que: son aquellas que generan y constituyen un producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Si no existiera lo mencionado, el recurso turístico rara vez constituiría un producto turístico y son el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y /o servicios necesarios para el visitante, para la accesibilidad y también para el transporte.

Cabe recalcar que al igual que un producto turístico, debe existir una facilidad turística es por ello que: Se puede decir que las Facilidades Turísticas son aquellas posibilidades que complementan los atractivos turísticos, permitiendo la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. (Parra Fabara M. , 2011)

Una Facilidad Turística ayuda a la complementación de los atractivos para dar una estancia agradable al turista.

De igual forma, son todas aquellas instalaciones y servicios que se lo destinan a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios que complementa para el disfrute y relajación del turista. Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada. (Parra Fabara M. , 2011)

Se define por atractivo a un conjunto que comprende bienes y servicios, materiales o inmateriales, estén o no institucionalizados bajo alguna categoría patrimonial, cuya característica definitoria es que poseen cierto grado de atraktividad para el visitante (Bustos, 2001).

Notamos también según (Oliveira, 2010), que las atracciones turísticas asumen en el contexto del turismo y, desde otro punto de vista como el académico, han surgido modelos que procuran categorizar las atracciones turísticas. Entre los diversos modelos, surgen diferentes perspectivas.

Por otra parte, los atractivos turísticos poseen una naturaleza dispersa y fragmentada en el espacio, así como una gran variabilidad en su recurso de base y en las modalidades de gestión. Debido a que dichos atractivos reciben una demanda tanto de turistas como de residentes en su tiempo libre (Vejsbjerg, 2012).

1.2 Planteamiento del Problema

La mayoría de las parroquias, al estar alejadas de ciudades importantes y nombradas turísticamente, son apartadas en estos planos para creación o innovación de proyectos, es por ello que, la parroquia Sibambe al no ser un sector explotado ni visto como lugar de ingreso turístico es característico investigar y adentrarse más allá que el sector agrícola, del cual es costumbre en el lugar.

Dentro de los Atractivos Turísticos y la desarrollo de los mismos, al tratar de dar a conocer los lugares que pueden ser explotados turísticamente, es necesario abordar temas e investigaciones para poder brindar una experiencia positiva al momento de visitar los atractivos de la localidad.

Dicho esto: ¿Cuál es la relación entre Facilidades Turísticas y Atractivos Turísticos en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

La presente investigación se realizó con el propósito de aportar con información relacionada con facilidades turísticas que puedan ser implementadas en la parroquia Sibambe para lograr ofertar productos turísticos y obtener resultados que podrán estructurar una propuesta con el fin de ampliar la oferta turística en la parroquia contribuyendo en ámbitos de desarrollo social como también en el ámbito económico del sector.

1.3.2 Justificación práctica

Este tipo de investigación fue realizada debido a la necesidad de analizar las Facilidades turísticas dentro de los atractivos turísticos de la parroquia de Sibambe, donde los beneficiarios serán netamente los habitantes del sector y turistas, generando también posibles productos que contribuirán para la visita de los atractivos. Pretendiendo generar una nueva forma de vida en los habitantes mediante la creación de emprendimientos turísticos.

1.3.3 Justificación metodológica

En la investigación se plantea bajo una metodología que a futuro servirá para posibles emprendimientos que estén relacionados con facilidades turísticas donde aportara no solamente en la parroquia proporcionando la existencia de una intervención en el sector turístico con la finalidad de que se genere un aprovechamiento de los recursos existentes.

Por otro lado, tras la recolección de datos, se pudo identificar que al ser un lugar con poco aprovechamiento turístico se pueden generar estrategias que permitan contribuir de manera positiva con el reconocimiento de este espacio.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

- Analizar la relación que hay entre Facilidades Turísticas y Atractivos Turísticos en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo

1.4.2 Específicos

- Encontrar la relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo
- Diferenciar la relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo
- Distinguir la relación entre Facilidades Turísticas y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

La presente investigación se desarrolló en base a antecedentes investigativos que se relacionan con la temática expuesta.

En algunos casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más.

La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico es la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Expósito Peláes, 2009)

1.5 Facilidades turísticas

Son elementos espaciales (arquitectónicos) de complemento y apoyo, cuyo objetivo es dotar con infraestructura (social o física) y equipamiento (mobiliario, señalética, elementos comunicativos, etc.) al espacio turístico durante las diversas etapas de su desarrollo (creación, perfeccionamiento y consolidación) a fin de reforzar la experiencia turística y minimizar el impacto ambiental negativo (MINTUR, 2017).

Son las facilidades que ponen en valor el recurso natural, diversificando la oferta y convirtiéndolo en un atractivo turístico que brinde servicios de bienestar, comodidad y seguridad turística (Quindini, 2013).

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo (Muñoz Ruiz, 2018).

Se puede decir que las Facilidades Turísticas son aquellas posibilidades que complementan los atractivos turísticos, permitiendo la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Las instalaciones y servicios turísticos son las principales instalaciones y servicios, que consisten en transporte, hospedaje, alimentos y bebidas, recreación y entretenimiento, entre otros (Catota Yugsi, 2022).

Además, son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para

el turista. Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada.

Tienen la consideración de facilidades turísticas la prestación de los siguientes servicios:

Servicio de alojamiento, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Servicio de restauración, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

Servicio de intermediación, en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.

Servicio de información, cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Servicio de acogida de eventos, congresuales, convenciones o similares (Parra Fabara M. E., 2011).

1.5.1 Oferta

La oferta turística a productos y servicios asociados a un espacio geográfico y sociocultural y con un valor turístico que se pone a disposición del público en un mercado competitivo.

Mencionando que la oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión (Parra Fabara M. E., 2011).

1.5.2 Recurso Natural

Es todo aquello que la humanidad obtiene de la naturaleza para satisfacer sus necesidades de bienes y servicios, de manera directa (materias primas) o indirecta (recursos naturales culturales que proporcionan servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida) (Cabrerizo, 2016).

1.5.3 Servicios Turísticos

Para la (OEA, 1980) se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

1.6 Atractivos turísticos

Un Atractivo Turístico en elementos materiales e inmateriales que pueden cambiar en un producto turístico capaz de incidir sobre un claro proceso como, por ejemplo: el juicio del turista, donde provoque encuentros a través de grupos de desplazamientos desde el lugar de origen hacia otro espacio.

Para (Navarro, 2015) los Atractivos Turísticos vienen a ser Representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística.

Entre los atractivos turísticos más destacados que incentivan al turista a visitar un determinado lugar se clasifican en: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales e históricos, folklore, acontecimientos programados, realización técnica, científica, artística y contemporánea.

1.6.1 Atractivos turísticos naturales

Estos atractivos cuya naturaleza son los recursos naturales, que netamente son atrayentes para los turistas. Los atractivos, acordes al inventario turístico, se pueden dividir en montañas, grutas y cavernas, planicies, sitios de observación de flora y fauna, costas, sitios de pesca y caza, lagos, lagunas y esteros, aguas termales, ríos, áreas silvestres protegidas y caídas de agua (Méndez Jumbo, 2022).

1.6.2 Elementos Materiales

Según Quiroa (2020) viene a ser todos los insumos, materias primas, herramientas, máquinas, equipos y todo elemento físico que se requieren para realizar el proceso de producción de una empresa.

1.6.3 Elementos Inmateriales

Son aquellos bienes que no presentan una presencia física, por lo que no se pueden tocar... como son las horas de trabajo, marca, patente, la prestación de servicios, las obligaciones con terceros, entre otros asuntos (Coll Morales, 2020).

1.6.4 Desplazamiento

El desplazamiento es un proceso largo y no solo cuando una persona se ve obligada a abandonar su vivienda o no puede acceder a ella. (Cócola Gant, 2015)

1.7 Estado del arte

Dentro del tema Turístico, por lo general se asocia los recursos y atractivos, por ello es una opción clara que beneficia a muchas personas el explotarlo.

Donde para entender esta temática, los recursos son los elementos que se encuentran disponibles para que una necesidad presentada pueda resolverse, por otro lado, un atractivo, es el lugar que atrae a los visitantes, ya que tiene la fuerza para atraer por sus prestaciones o características.

Podemos observar que “los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, los atractivos son las motivaciones de los turistas, sin la cual un país o una región no podrían emprender su desarrollo” (Amaiquema, 2015)

Según lo mencionado, los atractivos turísticos son la parte primordial del turismo, ya que son las motivaciones de los turistas para salir a conocer un lugar o región y, gracias a ese desplazamiento, el lugar podrá seguir fortaleciendo su desarrollo.

Los atractivos turísticos se pueden clasificar en naturales y culturales, siendo los naturales los que aún no han intervenido el hombre, deben tener características para que atraigan la atención de los visitantes: acceso vial al lugar de destino a visitar, conectividad, servicios básicos. (Gurria, 1991)

El autor los clasifica en naturales y culturales, donde los naturales son los que el ser humano aún no ha intervenido en su totalidad, en este tipo de atractivos deben atraer visitantes, como: acceso vial al lugar de destino, conectividad, servicios básicos.

(Carvajal Zambrano & Lemoine Quintero, 2018) nos dice que: la jerarquización de atractivos turísticos es un proceso que consiste en analizar y valorar cada atractivo de manera individual, para determinar su grado de importancia. Por lo que el (MINTUR, Manual de Atractivos Turísticos, 2018) menciona que en la jerarquización deberá “asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación” donde aquellos que alcancen puntuaciones por debajo de lo establecido se los establecerá como un recurso turístico.

Mencionan que, en la jerarquización de los atractivos turísticos, se valorara y analizara cada atractivo para conocer su grado de importancia y quienes no consigan las puntuaciones establecidas se establecerán como recurso turístico.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA.

Se detalla el proceso utilizado para resolver el problema de investigación identificado y cómo se realizó la recopilación de datos, mediante métodos, enfoques, tipos, niveles, diseños y unidad de estudio que ayudó a la vez con la generación de conclusiones sobre los datos obtenidos.

1.8 Tipo de Investigación

1.8.1 Investigación documental

La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.). (Grajales G, 2000)

Esta investigación se desarrolló recolectando información en fuentes bibliográficas, como revistas, libros, tesis, trabajos doctorales, entre otros: los mismos que fueron muy ayudados para la investigación sobre las Facilidades Turísticas y Atractivos Turísticos.

1.8.2 Investigación de campo

Esta clasificación distingue entre el lugar donde se desarrolla la investigación, si las condiciones son las naturales en el terreno de los acontecimientos tenemos una investigación de campo, como los son las observaciones en un barrio, las encuestas a los empleados de las empresas, el registro de datos relacionados con las mareas, la lluvia y la temperatura en condiciones naturales. En cambio, si se crea un ambiente artificial, para realizar la investigación, sea un aula laboratorio, un centro de simulación de eventos, etc. estamos ante una investigación de laboratorio (Grajales G, 2000).

En esta investigación, permitió recolectar datos directamente de la población a investigar o de la realidad que está viviéndose en la parroquia de Sibambe.

1.8.3 Investigación Explicativa

Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación postfacto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

Dentro de la investigación científica, a nivel explicativo, se dan dos elementos:

- Lo que se quiere explicar: se trata del objeto, hecho o fenómeno que ha de explicarse, es el problema que genera la pregunta que requiere una explicación.

- Lo que se explica: La explicación se deduce (a modo de una secuencia hipotética deductiva) de un conjunto de premisas compuesto por leyes, generalizaciones y otros enunciados que expresan regularidades que tienen que acontecer. En este sentido, la explicación es siempre una deducción de una teoría que contiene afirmaciones que explican hechos particulares. (Morales F. , 2014)

Con esta investigación se pretende fundamentar la hipótesis en donde se analizó las causas y efectos de ambas variables como se mencionó con anterioridad.

1.9 Alcance de la investigación

1.9.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria consiste en proveer una referencia general de la temática, a menudo desconocida, presente en la investigación a realizar. Entre sus propósitos podemos citar la posibilidad de formular el problema de investigación, para extraer datos y términos que permitan generar las preguntas necesarias. Asimismo, proporciona la formulación de hipótesis sobre el tema a explorar, sirviendo de apoyo a la investigación descriptiva. (Morales N. , 2015)

1.9.2 Investigación Descriptiva

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

En la ciencia fáctica, la descripción consiste, según Bunge, en responder a las siguientes cuestiones:

¿Qué es? > Correlato

¿Cómo es? > Propiedades

¿Dónde está? > Lugar

¿De qué está hecho? > Composición

¿Cómo están sus partes, si las tiene, interrelacionadas? > Configuración

¿Cuánto? > Cantidad

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (Agudelo Viana & Aigner Aburto, 2008)

1.9.3 Investigación correlacional

La investigación correlacional consiste en evaluar dos variables, siendo su fin estudiar el grado de correlación entre ellas, por tanto, trata de descubrir cómo varía una variable al hacerlo la otra. Sin embargo, en este caso, solo estudiamos la dirección del movimiento y la intensidad de la relación. Por otro lado, tenemos que saber que la correlación no implica causalidad. Asimismo, para conocer el grado de variación, hay que calcular algún tipo de regresión; como la lineal o la múltiple. (Rus Arias, 2020)

1.10 Diseño de investigación

1.10.1 Investigación No experimental

Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Dzul Escamilla, 2010).

1.10.2 Investigación Transversal

El estudio transversal es un tipo de investigación observacional centrado en analizar datos de diferentes variables sobre una determinada población de muestra, recopiladas en un periodo de tiempo.

Para el estudio, se seleccionan una serie de variables sobre una determinada población de muestra; y todo ello, durante un periodo de tiempo determinado (Morales F. , 2020).

1.11 Técnicas de recolección de datos

1.11.1 Instrumento

Cuestionario: esta técnica se aplicó para cada una de las variables, los cuales contienen información específica e información general. La variable independiente se compone de: 2 dimensiones de 4 ítems y la tercera dimensión de 2 ítems y la variable dependiente de 2 dimensiones de 4 ítems y la tercera dimensión de 2 ítems.

Para el procesamiento de datos se utilizó los programas Microsoft Excel y el programa estadístico SPSS.

1.12 Población de estudio y tamaño de muestra

Para la aplicación de instrumentos mediante la identificación de la población y muestra, se considera un total de 36 encuestas debido a la situación que está aconteciendo en el cantón.

Población de estudio

Tabla 1 Población de estudio

GRUPO	NUMERO
Prestadores de servicio activos del Cantón Alausí	18
Visitantes a la parroquia Sibambe	18
TOTAL	36

Elaboración: Emanuel Rea

1.12.1 Población variable independiente: Facilidades Turísticas

Para la variable independiente, que está dirigida a las facilidades turísticas y a sus diferentes indicadores que se establecieron en la matriz de Operacionalización de variables, se considera que su aplicación a los prestadores de servicio que están activos en el cantón Alausí ya que en la parroquia Sibambe, carece de los mismos para poder obtener datos informativos.

1.12.2 Población variable dependiente: Atractivos Turísticos

Para la debida recolección de datos de la variable atractivos turísticos. Se considera la aplicación a las personas que visitan la parroquia los fines de semana o en fechas festivas.

1.12.3 Muestreo no Probabilístico por Conveniencia

Debido al uso que comúnmente se realiza, se utilizó este tipo de muestreo ya que consiste en la selección de una muestra de la población accesible. Por eso se tomó una pequeña parte de la misma ya que pertenece a la población de interés, siendo esta, personas que viven en el sector pero que trabajan en otras ciudades y que visitan a la parroquia los fines de semana o en feriados nacionales.

1.13 Tamaño de muestra

1.13.1 Facilidades Turísticas

La variable facilidades turísticas está compuesta por los prestadores de servicios del cantón Alausí que están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 2 Prestadores de servicio del cantón Alausí

N	NOMBRE	ACTIVIDAD	CLASIFICACION
1	COPA CABANA HUIGRA	PARQUES DE ATRACCIÓN ESTABLES	TERMAS Y BALNEARIOS
2	COMUNA TOLTE	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO
3	HOSTERIA EL RINCON DE ISABEL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
4	HOSTERIA PIRCAPAMBA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA
5	VENTURA ALAUSI	ALOJAMIENTO	HOSTAL
6	ALTAS HORAS PARADERO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
7	CISNE EL	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
8	MESON DEL TREN	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
9	NORIS	ALOJAMIENTO	HOSTAL
10	HOSTAL SAN PEDRO	ALOJAMIENTO	HOSTAL
11	ASADERO DON FAUSTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
12	DILIGENCIA LA	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
13	KENN JHONNY	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE

14	CAFE DEL TREN ALAUSI	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
15	COMEDOR FAMILIAR	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE
16	COMMUNITY HOSTEL	ALOJAMIENTO	HOSTAL
17	ALAUSITOURS	OPERACIÓN INTERMEDIACIÓN	E OPERADOR TURÍSTICO
18	DAMADA	CAFETERÍA	(1) UNA TAZA
19	LA QUINTA HOSTERIA	HOSTERÍA	3 ESTRELLAS
20	GAMPALA	HOSTAL	2 ESTRELLAS
21	HIGUERA LA	RESTAURANTE	(2) DOS TENEDORES
22	HOSTAL EUROPA	HOSTAL	2 ESTRELLAS

Fuente: Catastro Chimborazo

Elaboración: Emanuel Rea

1.13.2 Atractivos Turísticos

Para recoger datos referidos a Atractivos Turísticos, se determinará una población de 18 visitantes, ya que en la variable Facilidades Turísticas solo tenemos 18 prestadores de servicio activos.

1.14 Hipótesis

1.14.1 Hipótesis General

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo es factible.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo no es factible.

1.14.2 Hipótesis Específicas

Hipótesis Específica 1

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

Hipótesis Especifica 2

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

Hipótesis Especifica 3

H_1 La relación entre Recurso Turístico y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.

H_0 La relación entre Recurso Turístico y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

1.15 Métodos de análisis y procesamiento de datos

1.15.1 Métodos de análisis

Para la aplicación de la investigación se ejecutó el método de investigación cuantitativo, el mismo que requirió aprobación y su debida validación por parte de expertos que fue previo a su ejecución.

1.15.2 Validación de instrumentos

Del cuestionario que se aplicó en base a las dimensiones de las variables de estudio, se realizó con anterioridad la selección de expertos, los mismos que fueron elegidos acorde al tema de investigación, los cuales se les detalla a continuación:

Tabla 3 Expertos seleccionados

N	EXPERTOS	CARGO
1	Ph.D. Luis Quevedo	Docente Universidad Nacional de Chimborazo
2	Ph..D Diego Calvopiña	Docente Universidad Nacional de Chimborazo
3	Magister Marylin Lascano	Docente Universidad Nacional de Chimborazo

Elaboración: Emanuel Rea

Según los resultados arrojados en la validación por los expertos, se concluye que los instrumentos cumplen con el diseño y se relacionan con el ámbito de investigación, obteniendo resultados aplicando estos.

1.15.3 Confiabilidad de los instrumentos

Un instrumento es válido si comprueba o mide aquello que pretendemos medir. Un instrumento puede ser válido, porque mide lo que decimos que mide y queremos medir, pero lo puede medir con un margen de error grande; con instrumentos parecidos o en mediciones sucesivas hubiéramos obtenido resultados distintos. (Santos Sánchez, 2017)

1.15.4 Alfa de Cronbach

El Alfa de Cronbach es un método de cálculo del coeficiente de fiabilidad, que identifica la fiabilidad como consistencia interna. Se denomina así porque analiza hasta qué punto medidas parciales obtenidas con los diferentes ítems son “consistentes” entre sí y por tanto representativas del universo posible de ítems que podrían medir ese constructo.

El coeficiente Alfa de Cronbach oscila entre el 0 y el 1. Cuanto más próximo esté a 1, más consistentes serán los ítems entre sí (y viceversa). Por otro lado, hay que tener en cuenta que, a mayor longitud del test, mayor será alfa (α). (Ruiz Mitjana, 2019)

Tabla 4 Alfa de Cronbach

Índice	Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente]0.9,1]
2	Muy Bueno]0.7,0.9]
3	Bueno]0.5,0.7]
4	Regular]0.3,0.5]
5	Deficiente [0,0.3]

Fuente: *mkDescubre*

Elaboración: *Emanuel Rea*

1.15.5 Confiabilidad de instrumentos, Variable Independiente: Facilidades Turísticas

El instrumento de la variable independiente que se desarrolló para las Facilidades Turísticas, se lo presentó con 10 ítems separadas por tres dimensiones, siendo evaluado por medio de una escala de Likert para la recolección de datos. Con el propósito de determinar su fiabilidad, se utilizó el programa SPSS, en donde se obtuvo lo siguiente:

Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,885	10

Fuente: IBM SPSS

Elaboración: Rea Emanuel. 2023

Podemos observar que, tras el análisis, el coeficiente de Alfa de Cronbach que se obtuvo, es igual a 0,885, indicando que dentro del rango de fiabilidad es muy bueno.

1.15.6 Confiabilidad instrumentos Variable Dependiente: Atractivos Turísticos

El instrumento de la variable dependiente que se desarrolló para los Atractivos Turísticos, se lo presentó con 10 ítems separadas por tres dimensiones, siendo evaluado por medio de una escala de Likert para la recolección de datos. Con el propósito de determinar su fiabilidad, se utilizó el programa SPSS, en donde se obtuvo lo siguiente:

Tabla 6 Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,888	10

Fuente: IBM SPSS

Elaboración: Rea Emanuel. 2023

Como podemos observar, tras el análisis, el coeficiente de Alfa de Cronbach que se obtuvo es igual a 0,888, mostrando que dentro del rango de fiabilidad es muy bueno.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.16 Análisis, interpretación y discusión de los resultados

Al haber analizado e interpretado los datos, se muestra un cuadro resumen de los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de los instrumentos de investigación. Con el

propósito de recoger datos se aplicaron 36 instrumentos, los mismos distribuidos de manera equitativa para cada variable, 18 para facilidades turísticas y 18 para atractivos turísticos.

Tabla 7 Encuesta aplicada a los prestadores de servicios dentro de las Facilidades Turísticas

INFORMACIÓN GENERAL				
ÍTEMS		PARÁMETROS	ANÁLISIS	
Género		<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	El mayor porcentaje de personas encargadas de los prestadores de servicio fue de un 83,3% para el género Femenino, mientras que el 16,7 restante pertenecen al género Masculino.	
Edad		Menor a 18 años 18 – 29 30 - 39 40 – 49 50 o más	El mayor y único porcentaje para los encargados de los prestadores de servicio fue del 100% para personas de 18 a 29 años de edad.	
Lugar de procedencia		<ul style="list-style-type: none"> • Alausí • Guaranda • Riobamba • Pallatanga • Quito 	El 38,9 % pertenece a encargados de prestadores de Quito, el 27,8 % a personas de Riobamba, el 22,2 % a personas de Alausí, el 5,6 % a personas de Guaranda y el otro 5,6 % a personas de Pallatanga.	
INFORMACIÓN ESPECÍFICA				
RECURSO NATURAL				
N	ITEMS	PARAMETRO	ANALISIS	INTERPRETACION
1	Importancia sobre los atractivos turísticos al visitarlos		El 83,33% de los encuestados considera que es Muy Importante la visita de los atractivos, el 11,11% considera Importante y el	La mayoría de los encuestados menciona que es Muy Importante la visita hacia los atractivos turísticos.

		<ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Regular • Poco importante • Nada importante 	5,556% considera que es Poco Importante.	
2	Importancia en la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo		El 83,33% de los encuestados, menciona que es Muy Importante la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo, mientras que el 16,67% menciona que es Importante.	La mayoría de los encuestados menciona que es Muy Importante la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo.
3	Importancia en la conmoción que causó el conocer los atractivos		El 61,11% de los encuestados, mencionan que es Muy Importante la conmoción que causó el conocer los atractivos, mientras que el 38,89% menciona que es Importante.	La mayoría de los encuestados mencionan que es Muy Importante la conmoción que causó el conocer los atractivos.
4	Importancia en la sensación al llegar hacia los atractivos		El 72,22% de los encuestados mencionan que es Muy Importante la sensación al llegar hacia los atractivos, mientras que el	Dentro de las personas encuestadas, la mayoría menciona que es Muy Importante la sensación al llegar hacia los atractivos.

			27,78% menciona que es Importante.	
OFERTA				
5	Importancia en la impresión de la imagen del destino turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Regular • Poco importante Nada importante 	El 77,78% de los encuestados mencionan que es Muy Importante, el 16,67% mencionan que es Importante y el 5,556% menciona que es Regular la impresión de la imagen del destino turístico.	La mayoría de encuestados nos dan a conocer que es Muy Importante la impresión de la imagen del destino turístico.
6	Importancia en la satisfacción al momento de observar los recursos naturales		El 94,44% de las personas encuestadas, mencionan que es Muy Importante y el 5,556% menciona que es Importante la satisfacción al momento de observar los recursos naturales	La mayoría de las personas que han sido encuestadas nos dan a conocer que es Muy Importante la satisfacción al momento de observar los recursos naturales.
7	Importancia del valor de la cultura de la localidad		El 88,89 % de los encuestados mencionan que es Muy Importante y el 11,11 % que es Importante el	La mayoría de los encuestados mencionan que es Muy Importante el valor de la cultura en la localidad.

			valor de la cultura de la localidad.	
8	Importancia en la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo.		El 83,33% de los encuestados menciona que es Muy Importante, el 11,11% nombra que es Importante y el 5,556% menciona que es Poco Importante la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo.	La mayoría de las personas encuestadas da a conocer que es Muy Importante la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo.
RECURSO TURÍSTICO				
9	Importancia en el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad	<ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Regular • Poco importante Nada importante 	Dentro de los encuestados, el 72,22% menciona que es Muy Importante, el 22,22% Importante y el 5,556% nombra que es Regular el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad	La mayoría de los encuestados dice que es Muy Importante el disfrute con los recursos turísticos de la localidad.
10	Importancia de captación en las		Dentro de los encuestados el 50% menciona	La mayoría de las personas encuestadas nos da a conocer que

características de los recursos en su visita		que es Importante, el 44,44% nombra Muy Importante y el 5,556% menciona que es Regular la captación en las características de los recursos en su visita	es Importante la captación en las características de los recursos en su visita.
--	--	---	---

Elaboración: Emanuel Rea

Tabla 8 Encuesta aplicada a personas que visitan los Atractivos Turísticos

INFORMACIÓN GENERAL		
ÍTEMS	PARÁMETROS	ANÁLISIS
Género	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	El mayor porcentaje de visitantes en los atractivos turísticos fue de un 72,2% para el género Femenino, mientras que el 27,8% restante pertenecen al género Masculino.
Edad	Menor a 18 años 18 – 29 30 - 39 40 – 49 50 o más	El mayor porcentaje para los visitantes en los atractivos turísticos fue del 83,3% para personas de 18 a 29 años de edad mientras que el restante 16,7 es para personas de 30 a 39 años.
Lugar de procedencia	<ul style="list-style-type: none"> • Sibambe • Alausí • Guaranda • Riobamba • Pallatanga • Quito • Lago Agrio 	El 33,3% es perteneciente a los visitantes de los atractivos turísticos que son de Riobamba, el 22,2% a personas de Alausí, el 16,7% a personas de Quito, el 5,6% a personas de Pallatanga, el 5,6% a personas de Lago Agrio y el otro 5,6% a personas de Sibambe.
INFORMACIÓN ESPECÍFICA		
ELEMENTOS MATERIALES		

N	ÍTEMS	PARÁMETRO	ANÁLISIS	INTERPRETACIÓN
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	<ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Regular • Poco importante • Nada importante 	El 66,67 % de los encuestados menciona que es Muy Importante las publicaciones para conocimiento sobre insumos, el 27,78% nombra Importante y el 5,556% menciona que es Regular.	La mayoría de los encuestados nos da a conocer que es Muy Importante las publicaciones para conocimiento sobre insumos.
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas		El 83,33% de los encuestados mencionan que es Muy Importante la difusión sobre su cultura mediante herramientas mientras que el 16,67% nombra que es Importante.	La mayoría de las personas encuestadas nos da a conocer que es Muy Importante la difusión sobre su cultura mediante herramientas.
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones		El 72,22% de los encuestados nombra que es Muy Importante el impacto sobre sus tradiciones, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.	La mayoría de los encuestados nos da a conocer que es Muy Importante el impacto sobre sus tradiciones.
4	Importancia en la		El 77,78% de los encuestados	La mayoría de los encuestados nos da a

	publicidad de atractivo para impulsar el turismo		menciona que es Muy Importante la publicidad de atractivo para impulsar el turismo, mientras que el 22,22% nombra que es Importante.	conocer que es Muy Importante la publicidad de atractivo para impulsar el turismo.
ELEMENTOS INMATERIALES				
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	<ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Regular • Poco importante Nada importante 	El 72,22% de los encuestados nombra que es Muy Importante la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.	La mayoría de los encuestados nos da a conocer que es Muy Importante la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar.
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad		El 77,78% de los encuestados menciona que es Muy Importante la calidad de los servicios turísticos al recibir en la localidad mientras que el 22,22% nombra Importante.	La mayoría de las personas encuestadas nos da a conocer que es Muy Importante la calidad de los servicios turísticos al recibir en la localidad.
7	Importancia de la impresión al		El 66,67% de los encuestados considera que es	La mayoría de los encuestados nos da a conocer que es Muy

	momento de conocer los atractivos		Muy Importante la impresión al momento de conocer los atractivos, el 27,78% menciona que es Importante y el 5,556% nombra que es Regular.	Importante la impresión al momento de conocer los atractivos.
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad		El 72,22% de los encuestados considera que es Muy Importante la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.	La mayoría de los encuestados nos da a conocer que es Muy Importante la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad.
DESPLAZAMIENTO				
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas	<ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Regular • Poco importante Nada importante 	El 66,67% de los encuestados considera que es Muy Importante el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas, el 22,22% menciona que es Importante y el 11,11% nombra que es Regular.	La mayoría de los encuestados nos da a conocer que es Muy Importante el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas.

10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas		El 72,22% de los encuestados considera que es Muy Importante el impacto que causa el traslado permanente de las personas, el 16,67% menciona que es Importante y el 11,11% nombra que es Regular.	La mayoría de las personas encuestadas informan que es Muy Importante el impacto que causa el traslado permanente de las personas.
----	--	--	---	--

Elaboración: Emanuel Rea

1.17 Prueba de hipótesis

Con el fin de comprobar las hipótesis, se aplicó la prueba de Chi Cuadrado por medio de la utilización del programa IBM SPSS en su versión 27. Dónde se aceptará o rechazara las hipótesis, conforme al valor del nivel de significancia, es por ello que, si el valor es menor a 0,05, existe significancia y si es mayor a 0,05, no existe significancia.

1.17.1 Hipótesis general

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo es factible.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo no es factible.

1.17.2 Prueba de Chi cuadrado

Tabla 9 Prueba de Chi cuadrado

	valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,947^a	15	,530
Razón de verosimilitudes	13,373	15	,573
Asociación lineal por lineal	1,330	1	,249

N de casos validos	36		
---------------------------	-----------	--	--

Fuente: IBM SPSS

Elaboración: Emanuel R.

1.17.3 Decisión

El nivel de significancia es de 0,530, es decir $>$ a 0,05. Por esta razón se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternante. Por lo que, La relación entre facilidades turísticas y atractivos turísticos en la parroquia de Sibambe, cantón de Alausí, provincia de Chimborazo, no es factible.

1.18 Hipótesis Especifica 1

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

1.18.1 Prueba Chi cuadrado

Tabla 10 Prueba de Chi cuadrado

	valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,629^a	6	,466
Razón de verosimilitudes	6,247	6	,396
Asociación lineal por lineal	,115	1	,734
N de casos validos	36		

Fuente: IBM SPSS

Elaboración: Emanuel R.

1.18.2 Decisión

El nivel de significancia que se obtuvo es de 0,466, es decir $>$ a 0,05. En este caso se rechaza la hipótesis alternante y se acepta la hipótesis nula. La relación entre Recurso Natural y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

1.19 Hipótesis Especifica 2

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

1.19.1 Prueba Chi cuadrado

Tabla 11 Prueba de Chi cuadrado

	valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,015^a	6	,422
Razón de verosimilitudes	5,413	6	,492
Asociación lineal por lineal	2,741	1	,098
N de casos validos	36		

Fuente: IBM SPSS

Elaboración: Emanuel R.

1.19.2 Decisión

El valor de significancia que se obtuvo es de 0,422 es decir $>$ a 0,05. Por esta razón, se rechaza la hipótesis alternante y se acepta la hipótesis nula. La relación entre Oferta y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

1.20 Hipótesis Especifica 3

H_1 La relación entre Facilidades Turísticas y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.

H_0 La relación entre Facilidades Turísticas y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

1.20.1 Prueba de chi-cuadrado

Tabla 12 Prueba de Chi cuadrado

	valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,930^a	6	,553
Razón de verosimilitudes	5,402	6	,493

Asociación lineal por lineal	,809	1	,368
N de casos validos	36		

Fuente: IBM SPSS

Elaboración: Emanuel R.

1.20.2 Decisión

El nivel de significancia que se obtuvo es de 0,553, en este caso es $>$ a 0,05. Por lo que se rechaza la hipótesis alternante y se acepta la hipótesis nula. La relación entre Recurso Turístico y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, no es viable.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.21 Conclusiones

- Cabe mencionar que, mediante la investigación, hemos llegado a determinar que los recursos naturales son la base para que los bienes turísticos puedan ser utilizados por las personas, donde gracias a ello puede lograrse una mejor adaptación con los bienes patrimoniales dentro de los elementos materiales.
- En definitiva, los recursos naturales al ser bienes turísticos que normalmente pueden ser explotados, tiene su importancia con tradiciones y actos festivos que están relacionados dentro de los elementos inmateriales.
- Finalmente, los recursos naturales al ser utilizados por las personas como bienes turísticos tienen un impacto considerable en el desplazamiento de las personas que habitan en la parroquia Sibambe.

1.22 Recomendaciones

- Es indispensable analizar los recursos naturales, base de los bienes turísticos donde se adaptan bienes patrimoniales dentro de los elementos inmateriales.
- Mediante un análisis, lo más factible sería tomar en cuenta la importancia que tiene las tradiciones y actos festivos que suelen originarse en la parroquia Sibambe para que, mediante la misma, pueda existir una mejor relación con los recursos naturales.
- Se recomienda realizar un respectivo análisis sobre desplazamiento de las personas para determinar el impacto que tiene al momento de visitar los recursos naturales.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

1.23 Título de Propuesta

Estrategia de señalización turística para el mirador “Las Amapolas” de la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo

1.24 Introducción

En relación a lo investigado y conforme a la recolección de datos realizada con respecto al tema: Facilidades turísticas y atractivos turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, se logró identificar la necesidad de contar con facilidades turísticas dentro de los atractivos, ya que los mismos permitirán el ingreso y orientación de una mejor manera al visitarlos.

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como un modo de relación entre los individuos y su entorno. (MINTUR, 2020)

Una señalización adecuada en una empresa es aquella que, referida a un objeto, actividad o situación determinada, proporcione una indicación o una obligación relativa a la seguridad o la salud en el trabajo mediante una señal en forma de papel, un color, una señal luminosa o acústica, una comunicación verbal o una señal gestual, según proceda, también se puede considerar una señal que prohíbe un comportamiento susceptible de provocar un peligro o una señal que advierte de un riesgo. (Basantes Chaca, 2007)

Por lo que la Señalización es el símbolo, palabra o demarcación, horizontal o vertical, sobre la vía, para guiar el tránsito de vehículos o peatones. Dentro de este concepto se debe destacar que las “señales” son signos e información gráfica dirigida a orientar a habitantes o visitantes de un núcleo, sea este urbano o rural. (Guzmán Cárdenas & Vega Carvallo, 2016)

Por lo que, Su estrategia de comunicación es la distribución lógica de mensajes fijos o estáticos dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en aquellos puntos clave del espacio que plantean dilemas de comportamiento. La señalética constituye una puntuación del espacio. (MINTUR, 2020)

1.25 Objetivos

1.25.1 Objetivo general

Elaborar una estrategia de señalización turística para el mirador “Las amapolas” de la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, con el fin de que el desarrollo turístico se fortalezca.

1.25.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis de la situación actual de la señalización turística mediante su respectivo trabajo de campo.
- Determinar las especificaciones que tendrá dentro del diseño de las señaléticas turísticas, las mismas que permitirán la orientación y comunicación con los turistas.

1.26 Desarrollo

Para desarrollar la propuesta, en primera estancia, se realizará un análisis FODA, mecanismo para información más detallada sobre el estado actual del atractivo turístico, junto con un trabajo de campo para levantar información necesaria sobre señalización.

Seguido de esto se realiza una lluvia de ideas donde ayudara a determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es oportuno indicar que, el análisis ejecutado prestara una notable magnitud en el incremento del turismo en dicho atractivo con proyección a futuros y nuevos emprendimientos.

1.27 FODA

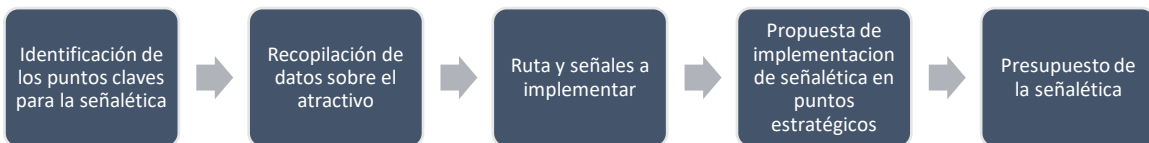
Tabla 13 FODA

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Interés local para nuevas actividades• Territorio con potencial turístico• Ambiente tranquilo y seguro• Presupuestos aprobados para invertir en turismo	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Proximidad con la parroquia• Cooperación del GAD de Alausí• Demanda de turismo cultural• Incremento de actividades que están en contacto con la naturaleza
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Caminos en condiciones no optimas	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Desastres naturales• Cierre de vías

<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de señalización • Escasa promoción turística • Ausencia de infraestructura hotelera 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación en el atractivo • Crisis económicas del país
--	---

Elaborado: Emanuel Rea

1.28 Esquema de la propuesta



1.28.1 Identificación de los puntos clave

Demostración de cómo la propuesta abona a solucionar los inconvenientes identificados.

El diseño de señalética es fundamental para la existencia de cualquier lugar y mucho más cuando se trata de atractivos turísticos ya que mediante la misma, propios y extraños pueden dirigirse con más facilidad hacia el lugar planeado. La puesta en marcha de señalética, sería el primer paso para potenciarlo, ya que no sería posible que un atractivo se visitara, ya que después de un determinado tiempo, se puedan crear emprendimientos relacionados con la mejora del lugar para poder potenciarlo en su totalidad.

1.28.2 Identificación de los puntos clave para la señalética.

Se ha seleccionado varios puntos estratégicos para la ubicación de la señalética turística. Dichos puntos se pueden observar en el croquis que se ha diseñado donde cada marcador representa una señal.



Fuente: Google Earth

Elaborado: Emanuel Rea

1.28.3 Recopilación de datos sobre el atractivo

Historia

Origen de su nombre. - Sibambe proviene de una tribu que se radicó en este sector hace mucho tiempo atrás, se les conocía con el nombre de Sibambis.

Fundación. - La parroquia se fundó el 25 de Julio de 1802, fue fundada por Don Francisco de Cárdenas a fines del siglo XVI. La inscripción en unas de las campanas de la iglesia permite asegurar la fundación en la época indicada. No se conocen más datos pues el archivo más importante se quemó en el incendio del convento en el año 1968.

El pueblo de Sibambe figuró en la antigüedad por haber tenido palacio real, y la fortaleza que hizo construir Huayna-Cápa (Manuel Villavicencio. - Geografía de la República del Ecuador, p. 267). Durante la conquista y colonia perteneció a la antigua Tenencia de Alausí y al canonizarse ésta -en 1824- fue constituida en parroquia y siguió perteneciendo a la misma jurisdicción. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural, 2013)

Ubicación

Se encuentra localizado en la Provincia de Chimborazo, en la parte oeste del cantón Alausí, a 105 km de la ciudad de Riobamba, capital de la provincia del Chimborazo y a 12 km de la cabecera cantonal (ciudad de Alausí).

LIMITES:

Los límites jurisdiccionales políticos son:

- Al norte Pallatanga y Palmira
- Al este Alausí

- Al sur Pistishí y Chunchi
- Al oeste Huigra, Multitud y Cumandá

Atractivos turísticos

Dentro de los atractivos turísticos que tiene la parroquia Sibambe, cuenta con la Nariz del Diablo que está ubicado a 15 minutos de distancia en auto, el mirador de Las Amapolas, otros miradores y atractivos naturales, que no están dentro de un catastro turístico, debido a que solamente están en procesos para ser ejecutados y explotados.

1.28.4 Ruta y señales a implementar



Fuente: Google Earth

Elaborado: Emanuel Rea

Características

Las señaléticas planteadas en la investigación son de aproximación diseñadas según los requerimientos del lugar. Son puntos importantes dentro del recorrido ya que ayudara de una manera positiva para poder ingresar y visitar el lugar. Por lo que:

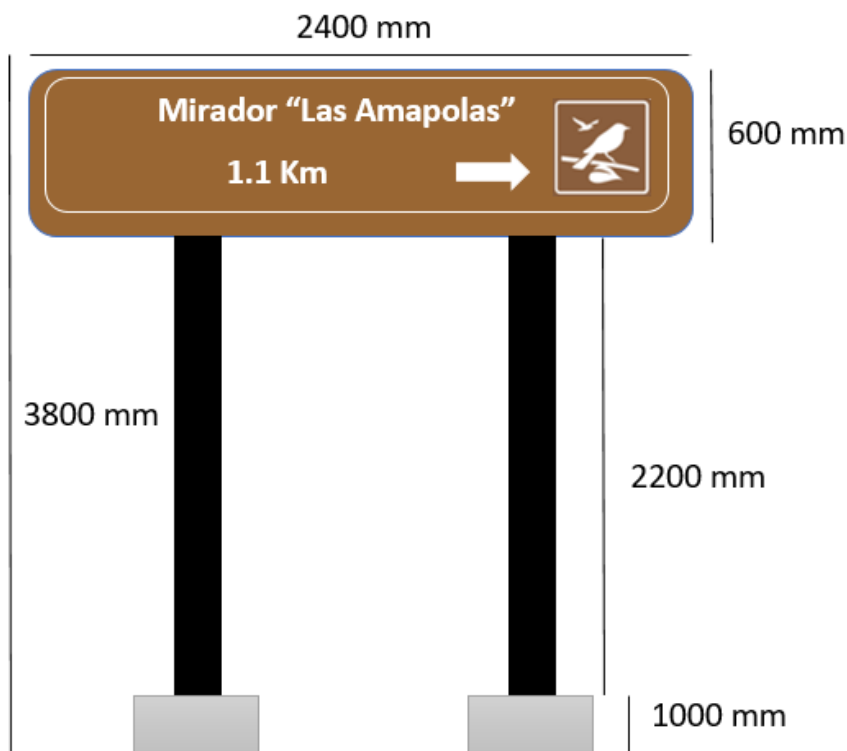
Tabla 14 Características en la implementación de señalética

Lugar de Implementación				
Tipo de señalética	Vía	Vía de segundo orden	Atractivo	Total
Señales de aproximación	1	4	1	6

Señales de Aproximación

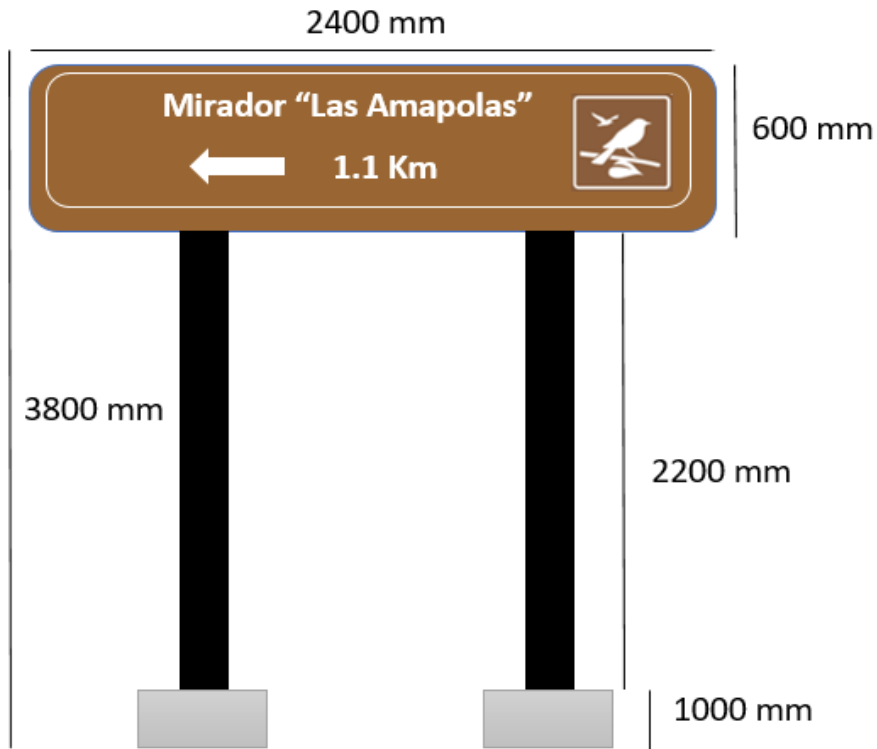
Dentro del manual de señalización turística (MINTUR 2da Edición, 2020), menciona que las señales de aproximación se las usa para informar sobre la aproximación y direccionamiento a destinos, atractivos o servicios turísticos donde nombra las características generales existiendo dos clases según su uso y forma: señales troqueladas o tipo Chevron y las señales rectangulares.

Estos instrumentos tienen una medición de: 2400 x 600 mm los 6 modelos que se presentan incluyendo el que estará en el atractivo ya que, dentro del manual, esta medida es fija con colores de fondo azul, café o verde.



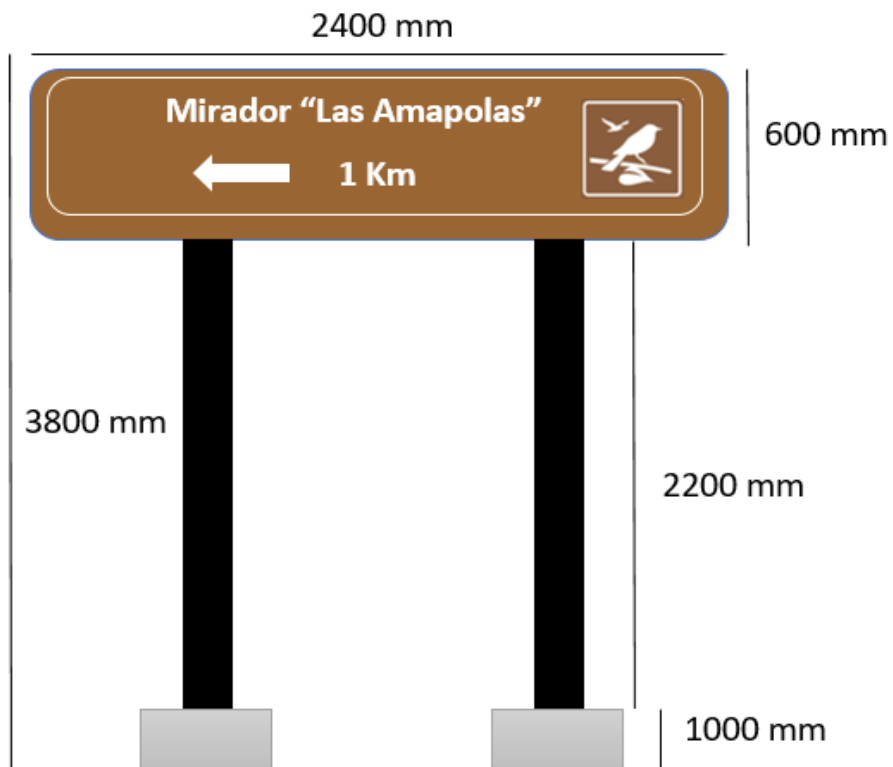
Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Emanuel Rea



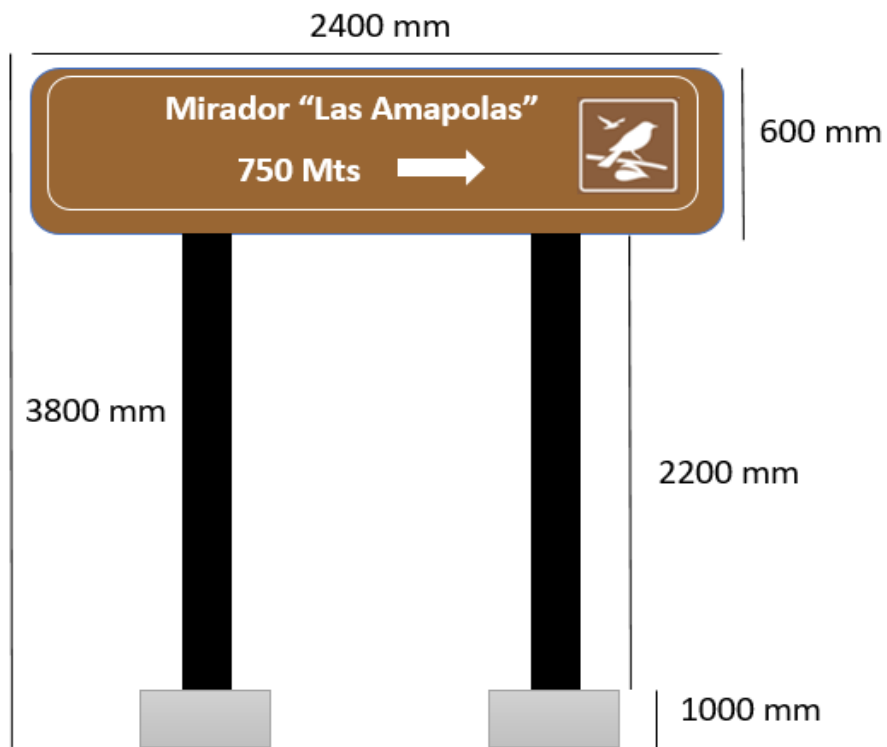
Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Emanuel Rea



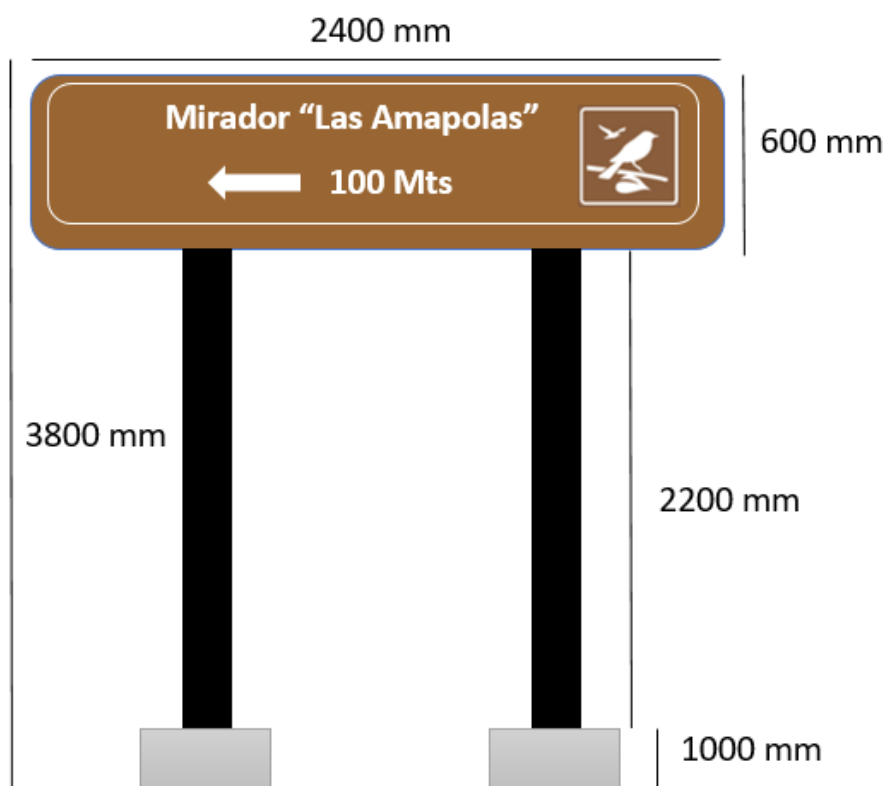
Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Emanuel Rea



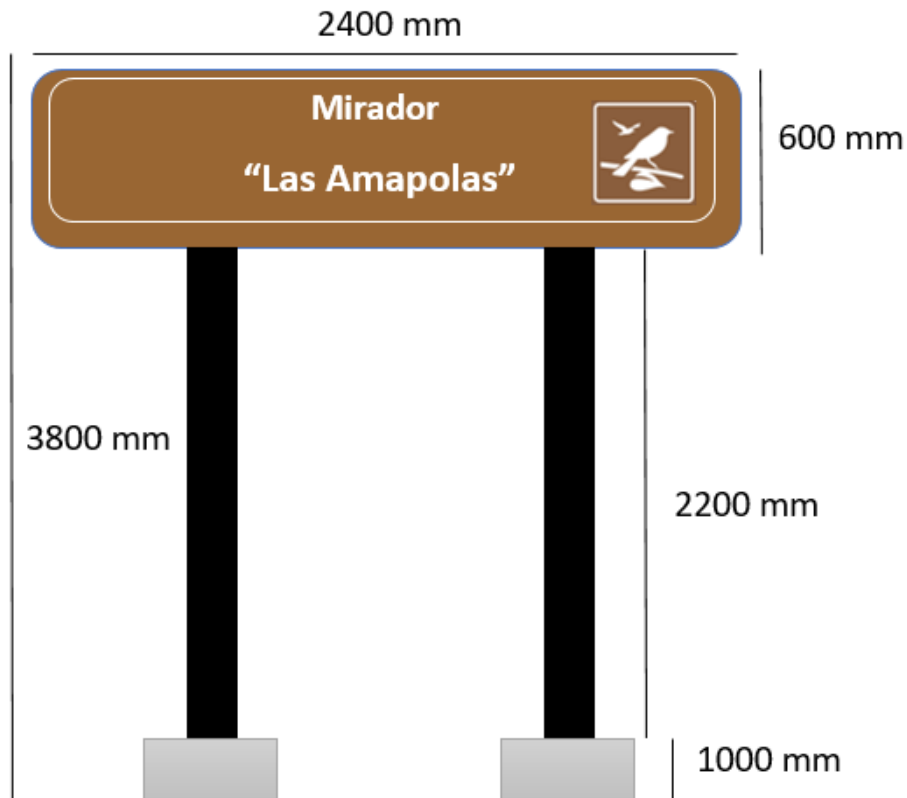
Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Emanuel Rea



Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Emanuel Rea



Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Emanuel Rea

1.28.5 Materiales para la señalética

El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. con o sin troquel.

Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud.

Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2200 mm. (No se usan placas complementarias).

Para soporte de la señal turística de aproximación al suelo, se soldarán seis crucetas de 200 mm. de largo, perpendiculares al tubo de acero galvanizado; las crucetas serán fabricadas de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro.

NOTA: Las soldaduras deben cumplir con la norma NTE INEN 2415 Tubos de Acero al carbono soldados para aplicaciones estructurales y usos generales (MINTUR 2da Edición, 2020).

1.28.6 Propuesta de implementación de señalética en puntos estratégicos

Tabla 15 Propuesta de implementación de señalética

Propuesta de implementación de señalética	
Antes	Después
	
	
	



Elaboración: Emanuel Rea

1.28.7 Presupuesto de la señalética de aproximación

Tabla 16 Presupuesto de señalética

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor	1	\$55	\$55
Tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm.			

(2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud.	2	\$30	\$60
Crucetas de 200 mm. de largo de varilla corrugada de acero de ½" de diámetro	6	\$1	\$6
Total			\$121

Fuente: Comercial Vera

Elaboración: Emanuel Rea

Como se puede observar en la tabla anterior, es el total de presupuesto por unidad de la señalética, dándonos 121 dólares, por lo que para las 6 señaléticas tendríamos un total de 726 dólares.

Mantenimiento

Tabla 17 Mantenimiento

Descripción	Cantidad	Frecuencia	Tiempo	Valor
Señales de aproximación	6	Mensual	8 meses	\$600

Elaboración: Emanuel Rea

Presupuesto general

Tabla 18 Presupuesto General

Descripción	Valor
Presupuesto de señalética	\$726
Presupuesto de mantenimiento	\$600
Presupuesto de mano de obra	\$150
Total	\$1476

Elaboración: Emanuel Rea

1.29 Conclusiones

Para concluir, el sistema de señalización turística para el mirador “Las Amapolas”, es de suma importancia, ya que, con la presencia del mismo, se logrará la visita, facilidad de direccionamiento y el reconocimiento del lugar.

En conclusión, considerando las especificaciones de los diseños de las señaléticas, permite orientar, comunicar y disfrutar con los turistas propios y extranjeros que visitan el lugar.

Bibliografía

- Agudelo Viana, L. G., & Aigner Aburto, J. M. (2008). *Repositorio Institucional Universidad de Antioquia*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad de Antioquia: <https://hdl.handle.net/10495/2622>
- Amaiquema, L. (2015). Recursos Turísticos. En L. Amaiquema. Machala: UTMACH. Obtenido de Recursos Turísticos.
- Basantes Chaca, L. (Agosto de 2007). *Repositorio Universidad Tecnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio Universidad Tecnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/243/1/t298id.pdf>
- Bonilla Mata, E. R. (Agosto de 2017). *Repositorio UNACH*. Obtenido de Repositorio UNACH: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4197/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2017-0027.pdf>
- Bouillon. (s.f.). *Oferta Turistica*. Obtenido de Oferta Turistica: <https://www.ceupe.com/blog/oferta-turistica.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Boull%C3%B3n%20la%20oferta%20es,y%20por%20un%20per%C3%ADodo%20determinado>.
- Bustos, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. *Cielo*, 11-28.
- Cabrerizo, D. (2016). Uso y valoración de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico: Caso Casacay, cantón Pasaje, El Oro-Ecuador. *SciELO*.
- Carvajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del Cantón San Vicente. *Dialnet*, 164-184.
- Catota Yugsi, J. F. (2022). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35011/1/Tesis%20Jessica%20C>

atota%20Final%281%29%281%29%281%29-signed-signed-
signed%20%281%29.pdf

Cócola Gant, A. (2015). *Alojamiento Turístico y Desplazamiento de Población*. Obtenido de Alojamiento Turístico y Desplazamiento de Población: https://www.academia.edu/27296520/ALOJAMIENTO_TUR%C3%8DSTICO_Y_DESPLAZAMIENTO_DE_POBLACION

Coll Morales, F. (2020). Bienes inmateriales. *Economipedia.com*.

Dzul Escamilla, M. (2010). *Aplicación Básica de los Métodos Científicos*. Obtenido de Aplicación Básica de los Métodos Científicos: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Expósito Peláez, M. E. (2009). Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos. *efdeportes.com*, 1.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural. (Junio de 2013). *Sibambe*. Obtenido de Sibambe: <http://gadprsibambe.blogspot.com/p/cultura.html>

Grajales G, T. (27 de Marzo de 2000). *Tipos de Investigación*. Obtenido de Tipos de Investigación: <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>

Gurria, M. (1991). Introducción al Turismo. En M. Gurria. México: Trillas.

Guzmán Cárdenas, M., & Vega Carvallo, M. (Abril de 2016). *Implementación de señalética turística para Nabón Centro y elaboración de material informativo*. Obtenido de Implementación de señalética turística para Nabón Centro y elaboración de material informativo: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5538/1/11867.pdf>

Méndez Jumbo, B. E. (Febrero de 2022). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34661/1/ME%cc%81NDEZ%20JUMBO%20BRIGITTE%20ESTEFANIA.pdf>

MINTUR. (2017). *Guía para el levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador*. Obtenido de Guía para el levantamiento de Atractivos Turísticos del Ecuador: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf

MINTUR. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Obtenido de Manual de Atractivos Turísticos:

- <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- MINTUR. (Junio de 2020). *Manual Señalético*. Obtenido de Manual Señalético: https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf
- MINTUR 2da Edición. (Junio de 2020). *Manual de Señalización Turística*. Obtenido de Manual de Señalización Turística: https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf
- Morales, F. (02 de Mayo de 2014). *Antropología para todos*. Obtenido de Antropología para todos: <https://antropologiaparatodos.wordpress.com/2014/10/02/tips-de-investigacion/>
- Morales, F. (13 de Octubre de 2020). *Estudio Transversal*. Obtenido de Estudio Transversal: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>
- Morales, N. (2015). *Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y Ejemplos*. Obtenido de Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y Ejemplos: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64537756/Investigaci%C3%B3n_Exploratoria-libre.pdf?1601263412=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DInvestigacion_Exploratoria_Tipos_Metodol.pdf&Expires=1683930705&Signature=gtTq6uARxmQbQqDSPXpLliTMEdfpZ6
- Muñoz Ruiz, K. T. (Octubre de 2018). *Repositorio de la Universidad de Babahoyo*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Babahoyo: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5480/P-UTB-FCSE-HTURIS-000059.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarro, D. (Enero-Junio de 2015). *Universidad del Aconcagua (Murcia)*. Obtenido de Universidad del Aconcagua (Murcia): <https://revistas.um.es/turismo/article/view/221641/173171>
- OEA. (1980). Obtenido de <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Oliveira, S. (2010). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. *Scielo*.
- Parra Fabara, M. (2011). *Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eco-turístico Quilotoa Chugchilan provincia de Cotopaxi*. Obtenido de Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eco-turístico Quilotoa Chugchilan provincia de Cotopaxi: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2561/1/MA-GP-ECO-878.pdf>

- Parra Fabara, M. E. (2011). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2561/1/MA-GP-ECO-878.pdf>
- Ruiz Mitjana, L. (22 de Mayo de 2019). *Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística*. Obtenido de Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>
- Rus Arias, E. (2020). Investigación Correlacional. *Economipedia*.
- Sanmarchi, M. (2001). Situación Actual del Turismo en las Argentinas. *Instituto del Medio Ambiente de la Universidad del Salvador. Rodríguez Peña, 764. BUENOS AIRES(Argentina).*, 136-144. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22011/21301>
- Santos Sánchez, G. (Enero de 2017). *Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla*. Obtenido de Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla: <https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>
- Vejsbjerg, L. (2012). La Importancia Científica en la selección de Atractivos Turísticos Patrimoniales. Una visión desde la Espacialidad Social. *Scripta Nova*, 26.

ANEXOS

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSION OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICION	INDICADORES	METODO, TECNICA, INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE Facilidades Turísticas	Son las facilidades que ponen en valor el recurso natural, diversificando la oferta y convirtiéndolo en un atractivo turístico que brinde servicios de bienestar, comodidad y seguridad turística. (Quindini, 2013).	Las facilidades turísticas vienen a ser la diversificación de la oferta convirtiéndolo en un atractivo turístico.	Recurso Natural	Es todo aquello que la humanidad obtiene de la naturaleza para satisfacer sus necesidades de bienes y servicios, de manera directa (materias primas) o indirecta (recursos naturales culturales que proporcionan servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida). (Cabrerizo, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes y Servicios • Materia Prima • Servicios Ecológicos 	Encuesta

			Oferta	Según (Boullon, s.f.) la oferta es la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período determinado	<ul style="list-style-type: none"> • Mercancía • Precio • Período 	Encuesta
			Servicios Turísticos	Para la (OEA, 1980) se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Funciones • Valor económico 	Encuesta

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	DIMENSIONES	TIPO DE INVESTIGACION	VARIABLES
¿Cuál es la relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Definir la relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo	La relación entre Facilidades Turísticas y Atractivo Turístico en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo es factible	Variable Independiente Facilidades Turísticas Dimensiones <ul style="list-style-type: none"> • Recurso Turístico • Oferta • Recursos Natural 	Descriptiva Científica	Variable Independiente Facilidades Turísticas Son las facilidades que ponen en valor el recurso natural, diversificando la oferta y convirtiéndolo en un atractivo turístico que brinde servicios de bienestar, comodidad y seguridad turística. (Quindini, 2013).
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS	Variable dependiente Atractivo Turístico		Variable dependiente Atractivo Turístico
¿Cuál es la relación entre Recurso Natural y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón	Encontrar la relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón	La relación entre Recurso Natural y Elementos Materiales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia	Dimensiones <ul style="list-style-type: none"> • Elementos materiales • desplazamiento 		Según Rivera (2009) se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de

Alausí, provincia de Chimborazo?	Alausí, provincia de Chimborazo	de Chimborazo, es viable.			flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio
¿Cuál es la relación entre Recurso Natural y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Diferenciar la relación entre Facilidades Turísticas y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo	La relación entre Oferta y Elementos Inmateriales en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.			
¿Cuál es la relación entre Recurso Natural y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo?	Distinguir la relación entre Facilidades Turísticas y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo	La relación entre Recurso Turístico y Desplazamiento en la parroquia de Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, es viable.			

Instrumento de la variable Facilidades Turísticas



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

Cuestionario

Ciudad: _____ Fecha: / ____ / ____ / ____ / ____

Encuestador: _____

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de las Facilidades Turísticas en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Conteste todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

1. Hombre 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad

SELECCIONE	EDAD EN AÑOS
<input type="checkbox"/> ()	Menor a 18 años
<input type="checkbox"/> ()	18-29
<input type="checkbox"/> ()	30-39
<input type="checkbox"/> ()	40-49
<input type="checkbox"/> ()	50 o más

3. Lugar de procedencia

a) País:

b) Provincia:

c) Ciudad / Pueblo:

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy Importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy importante	Importante	Regular	Poco importante	Nada importante
Dimensión	RECURSO NATURAL					
1	Importancia sobre los atractivos turísticos al visitarlos					
2	Importancia en la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo					
3	Importancia en la comodidad que causo el conocer los atractivos					
4	Importancia en la sensación al llegar hacia los atractivos					
Dimensión	OFERTA					
5	Importancia en la impresión de la imagen del destino turístico					
6	Importancia en la satisfacción al momento de observar los recursos naturales					
7	Importancia del valor de la cultura de la localidad					
8	Importancia en la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo.					
Dimensión	RECURSOS TURISTICOS					
9	Importancia en el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad					
10	Importancia de captación en las características de los recursos en su visita					

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

Instrumento de la variable Atractivos Turísticos



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

Cuestionario

Ciudad: _____ Fecha: / ____ / ____ / ____

Encuestador: _____

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de los Atractivos Turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Contestar todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

() 1. Hombre () 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad del visitante

SELECCIONE	EDAD EN AÑOS
()	Menor a 18 años
()	18-29
()	30-39
()	40-49
()	50 o mas

3. Lugar de procedencia

a) País:

b) Provincia:

c) Ciudad / Pueblo:

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy importante	Importante	Regular	Poco importante	Nada importante
Dimensión	ELEMENTOS MATERIALES					
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos					
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas					
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones					
4	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo					
Dimensión	ELEMENTOS INMATERIALES					
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar					
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad					
7	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos					
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad					
Dimensión	DESPLAZAMIENTO					
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas					
10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas					

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

Validación de instrumentos por parte de los expertos



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

la universidad

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Diego Mauricio Calvopiña Andrade

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 13 de mayo de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Atractivos Turísticos"

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 "Atractivos Turísticos"

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

Sugerencias:



Diego Mauricio Calvopiña Andrade

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Diego Mauricio Calvopiña Andrade

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 13 de mayo de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

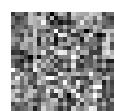
"FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTON ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Facilidades Turísticas"

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 "Facilidades Turísticas"

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: _____



Diego Mauricio
CALVOPINA
ANDRADE

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fanny Marilyn Lascano Vera

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 23 de junio de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

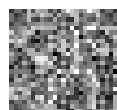
"FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTON ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Facilidades Turísticas"

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 "Facilidades Turísticas"

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: _____



FANNY MARILEN
LASCANO VERA

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fanny Marilyn Lascano Vera

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 23 de junio 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

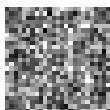
"FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Atractivos Turísticos"

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 "Atractivos Turísticos"

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: _____



FANNY MARILYN
LASCANO VERA

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Luis Alberto Quevedo Báez

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 23 de Junio de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

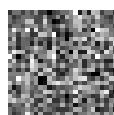
"FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTON ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Atractivos Turísticos"

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 "Atractivos Turísticos"

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

Sugerencias: _____



LUIS ALBERTO
QUEVEDO BAEZ



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Luis Alberto Quevedo Baez

Título/grado:

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

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 23 de Junio de 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

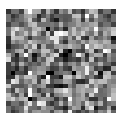
"FACILIDADES TURÍSTICAS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA DE SIBAMBE, CANTON ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Facilidades Turísticas"

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 "Facilidades Turísticas"

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: _____



LUIS ALBERTO
QUEVEDO BAEZ

Dr. Luis Quevedo

Evidencia de datos



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

Cuestionario

Ciudad: Quito Fecha: / 2022 / 11 / 05 /

Encuestador: _____

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de los Atractivos Turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Contestar todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

() 1. Hombre (X) 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad del visitante

SELECCIONE	EDAD EN AÑOS
()	Menor a 18 años
(X)	18-29
()	30-39
()	40-49
()	50 o mas

3. Lugar de procedencia

a) País: Ecuador

b) Provincia: Pichincha

c) Ciudad / Pueblo: Quito

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy Importante	Importante	Regular	Poco Importante	Nada Importante
Dimensión	ELEMENTOS MATERIALES					
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	X				
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas	X				
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones	X				
4	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo	X				
Dimensión	ELEMENTOS INMATERIALES					
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	X				
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad	X				
7	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos	X				
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad	X				
Dimensión	DESPLAZAMIENTO					
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas		X			
10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas		X			

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION



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

Cuestionario

Ciudad: Quito Fecha: 105 / 11 / 22 /
Encuestador: Maria Jéss Jurrín

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de los Atractivos Turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Contestar todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

() 1. Hombre (X) 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad del visitante

SELECCIONE	EDAD EN AÑOS
()	Menor a 18 años
(X)	18-29
()	30-39
()	40-49
()	50 o mas

3. Lugar de procedencia

- a) País: Ecuador
b) Provincia: Pichincha
c) Ciudad / Pueblo: Quito

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy Importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy Importante	Importante	Regular	Poco Importante	Nada Importante
Dimensión	ELEMENTOS MATERIALES					
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos				✓	
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas				✓	
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones			✓		
4	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo			✓		
Dimensión	ELEMENTOS INMATERIALES					
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar		✓			
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad			✓		
7	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos			✓		
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad		✓			
Dimensión	DESPLAZAMIENTO		✓			
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas		✓			
10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas		✓			

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION



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

Cuestionario

Ciudad: Alausí Fecha: / 05 / 11 / 22 /

Encuestador: _____

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de los Atractivos Turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Contestar todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

() 1. Hombre (X) 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad del visitante

SELECCIONE	EDAD EN AÑOS
()	Menor a 18 años
(X)	18-29
()	30-39
()	40-49
()	50 o mas

3. Lugar de procedencia

a) País: Ecuador

b) Provincia: Pichincha

c) Ciudad / Pueblo: Quito

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy Importante	Importante	Regular	Poco Importante	Nada Importante
Dimensión	ELEMENTOS MATERIALES					
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	X				
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas	X				
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones	X				
4	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo	X				
Dimensión	ELEMENTOS INMATERIALES	X				
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	X				
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad	X				
7	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos	X				
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad	X				
Dimensión	DESPLAZAMIENTO	X				
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas	X				
10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas	X				

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION



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

Cuestionario

Ciudad: Quito Fecha: 05/11/22

Encuestador: _____

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de los Atractivos Turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Contestar todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

() 1. Hombre () 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad del visitante

SELECCION	EDAD EN AÑOS
()	Menor a 18 años
()	18-29
(<input checked="" type="checkbox"/>)	30-39
()	40-49
()	50 o mas

3. Lugar de procedencia

a) País: Ecuador

b) Provincia: Dichincha

c) Ciudad / Pueblo: Alausí

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy Importante	Importante	Regular	Poco Importante	Nada Importante
Dimensión	ELEMENTOS MATERIALES					
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	X				
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas		✓			
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones	X				
4	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo	X				
Dimensión	ELEMENTOS INMATERIALES					
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	X				
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad	X				
7	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos	X				
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad	X				
Dimensión	DESPLAZAMIENTO					
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas	X				
10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas	X				

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION



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

Cuestionario

Ciudad: Quito Fecha: / 05 / 11 / 22 /

Encuestador: _____

El propósito de este cuestionario es recopilar datos referentes a la importancia de los Atractivos Turísticos en la parroquia Sibambe, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Instrucciones generales:

- Este cuestionario es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- Contestar todas las preguntas
- Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo de investigación
- Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a los ítem.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Sexo:

() 1. Hombre (X) 2. Mujer

2. Edad

Tabla 1: Edad del visitante

SELECCIONE	EDAD EN AÑOS
()	Menor a 18 años
(X)	18-29
()	30-39
()	40-49
()	50 o mas

3. Lugar de procedencia

a) País: Ecuador

b) Provincia: Pichincha

c) Ciudad / Pueblo: Quito

B. CARACTERÍSTICAS SOBRE EL TEMA

Lea las preguntas que se presentan a continuación y marque (X) el casillero de su preferencia utilizando la siguiente escala:

5: Muy importante 4: Importante 3: Regular 2: Poco importante 1: Nada importante



Tabla 2: Preguntas Generales

N	ITEMS	PARAMETRO				
		Muy Importante	Importante	Regular	Poco Importante	Nada Importante
Dimensión	ELEMENTOS MATERIALES					
1	Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos	X				
2	Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas	X				
3	Importancia en el impacto sobre sus tradiciones	X				
4	Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo	X				
Dimensión	ELEMENTOS INMATERIALES					
5	Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar	X				
6	Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad		X			
7	Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos	X				
8	Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad	X				
Dimensión	DESPLAZAMIENTO					
9	Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas	X				
10	Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas	X				

SI TIENE ALGUNA SUGERENCIA PUEDE INDICARLO EN EL ESPACIO QUE TIENE A CONTINUACION

.....

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

Resultados obtenidos de las encuestas de la variable dependiente: Facilidades Turísticas

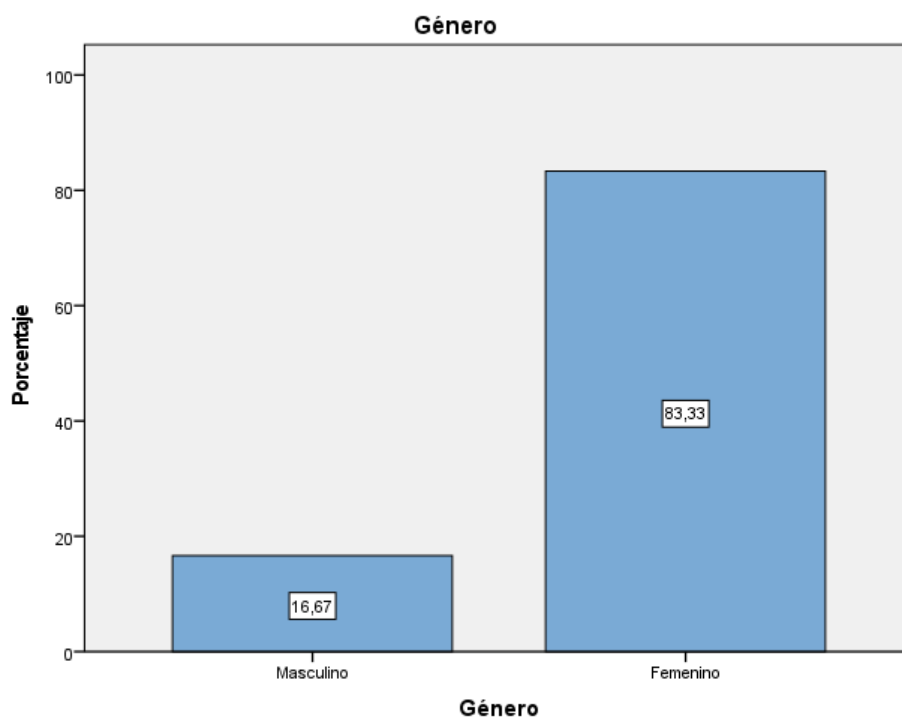
Tabla 19 Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	3	16,7	16,7	16,7
	Femenino	15	83,3	83,3	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 1 Género



Elaboración: Emanuel Rea

El mayor porcentaje de personas encargadas de los prestadores de servicio fue de un 83,3% para el género Femenino, mientras que el 16,7 restante pertenecen al género Masculino.

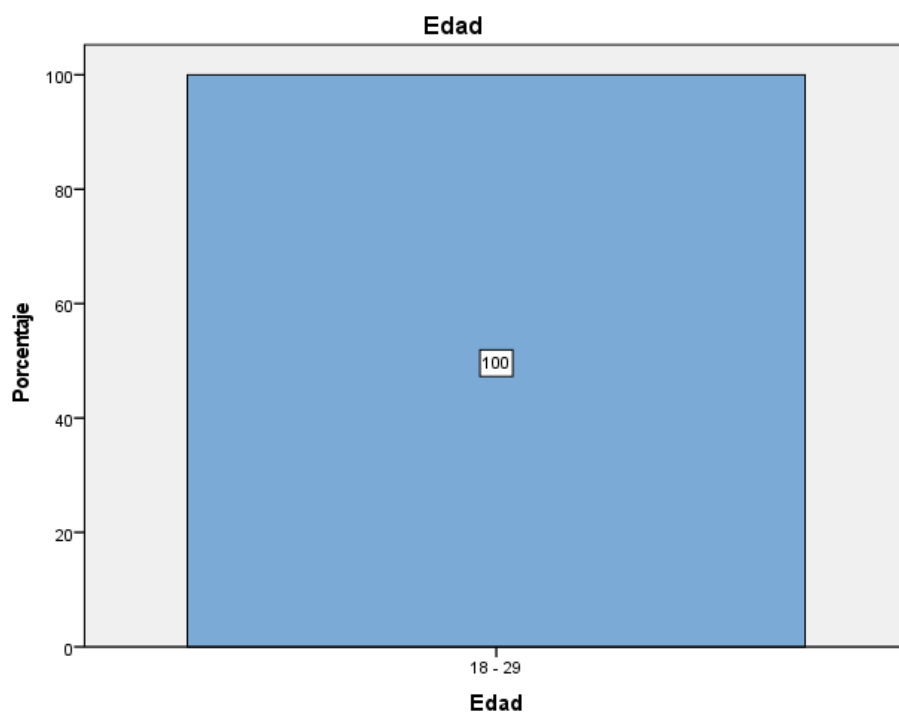
Tabla 20 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 - 29	18	100,0	100,0	100,0

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 2 Edad



Elaboración: Emanuel Rea

El mayor y único porcentaje para los encargados de los prestadores de servicio fue del 100% para personas de 18 a 29 años de edad.

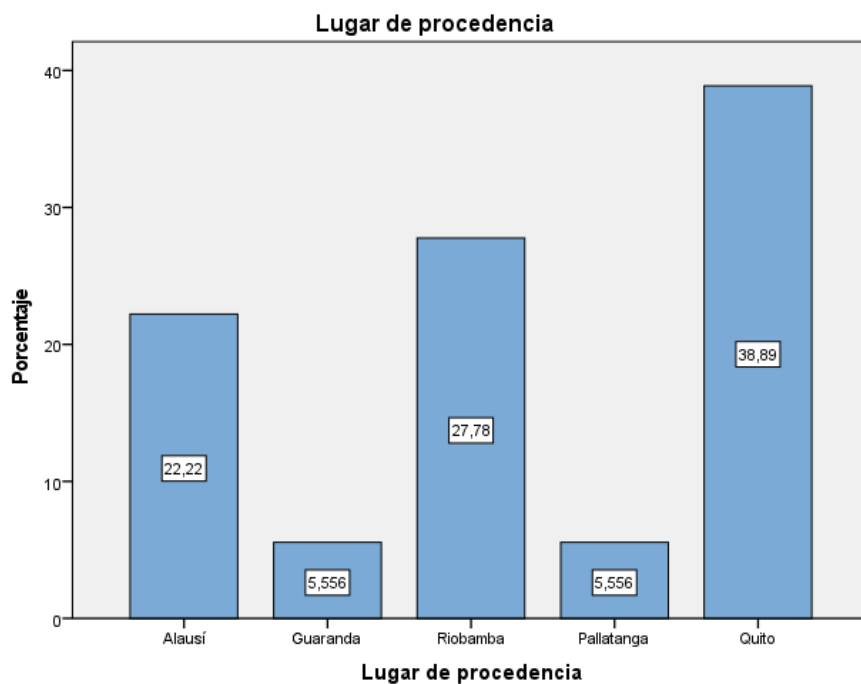
Tabla 21 Lugar de Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alausí	4	22,2	22,2	22,2
	Guaranda	1	5,6	5,6	27,8
	Riobamba	5	27,8	27,8	55,6
	Pallatanga	1	5,6	5,6	61,1
	Quito	7	38,9	38,9	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 3 Lugar de Procedencia



Elaboración: Emanuel Rea

El 38,9 % pertenece a encargados de prestadores de Quito, el 27,8 % a personas de Riobamba, el 22,2 % a personas de Alausí, el 5,6 % a personas de Guaranda y el otro 5,6 % a personas de Pallatanga.

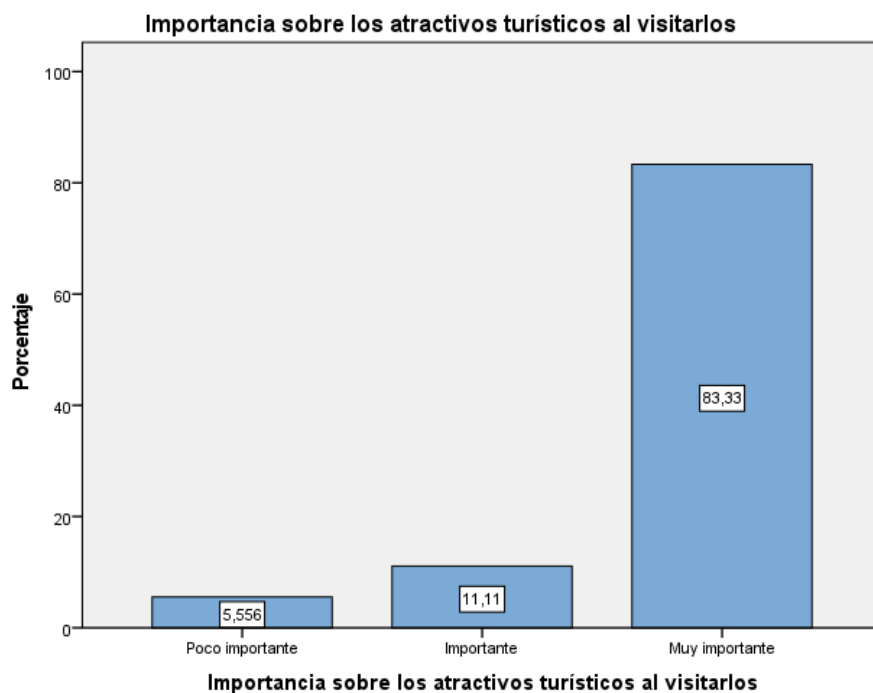
Tabla 22 Importancia sobre los atractivos turísticos al visitarlos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco importante	1	5,6	5,6	5,6
	Importante	2	11,1	11,1	16,7
	Muy importante	15	83,3	83,3	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 4 Importancia sobre los Atractivos Turísticos al visitarlos



Elaboración: Emanuel Rea

El 83,33% de los encuestados considera que es Muy Importante la visita de los atractivos, el 11,11% considera Importante y el 5,556% considera que es Poco Importante.

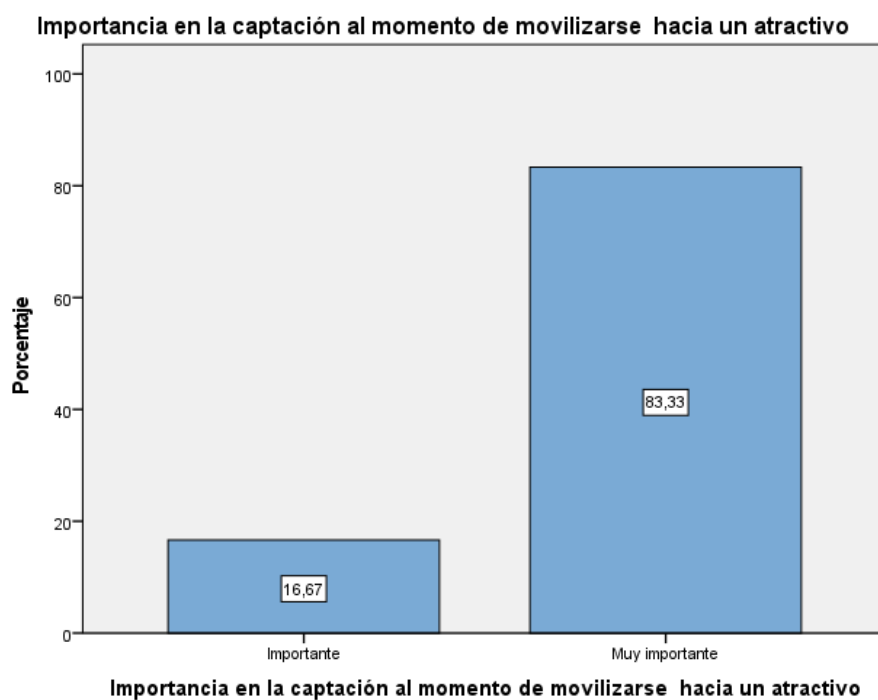
Tabla 23 Importancia en la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	3	16,7	16,7	16,7
Muy importante	15	83,3	83,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 5 Importancia en la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo



Elaboración: Emanuel Rea

El 83,33% de los encuestados, menciona que es Muy Importante la captación al momento de movilizarse hacia un atractivo, mientras que el 16,67% menciona que es Importante.

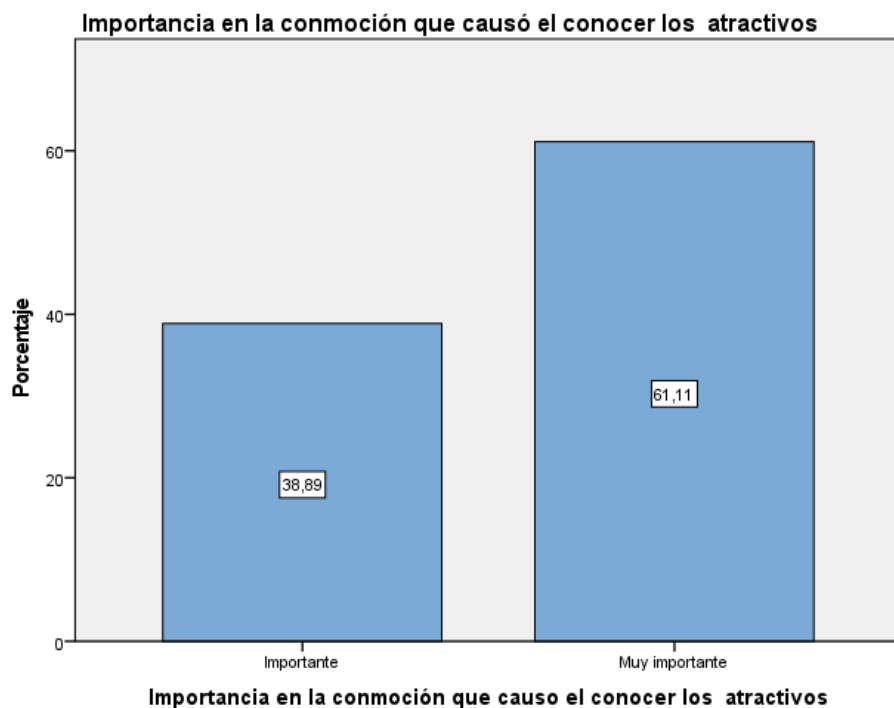
Tabla 24 Importancia en la conmoción que causo el conocer los atractivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	7	38,9	38,9	38,9
Muy importante	11	61,1	61,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 6 Importancia en la conmoción que causo conocer los atractivos



Elaboración: Emanuel Rea

El 61,11% de los encuestados, mencionan que es Muy Importante la conomción que causó el conocer los atractivos, mientras que el 38,89% menciona que es Importante.

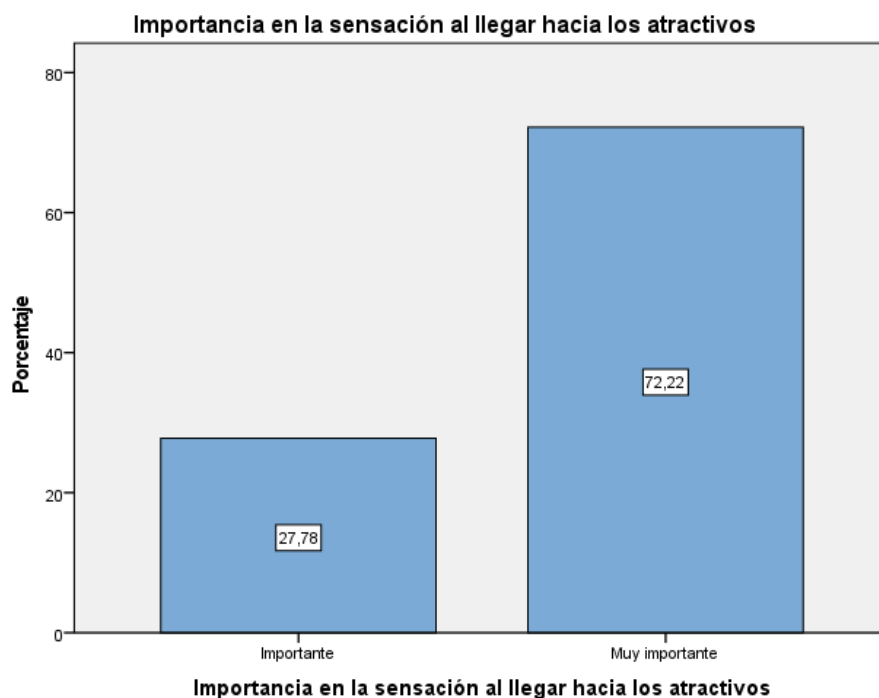
Tabla 25 Importancia en la sensación al llegar hacia los atractivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	5	27,8	27,8	27,8
Muy importante	13	72,2	72,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 7 Importancia en la sensación al llegar hacia los atractivos



Elaboración: Emanuel Rea

El 72,22% de los encuestados mencionan que es Muy Importante la sensación al llegar hacia los atractivos, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.

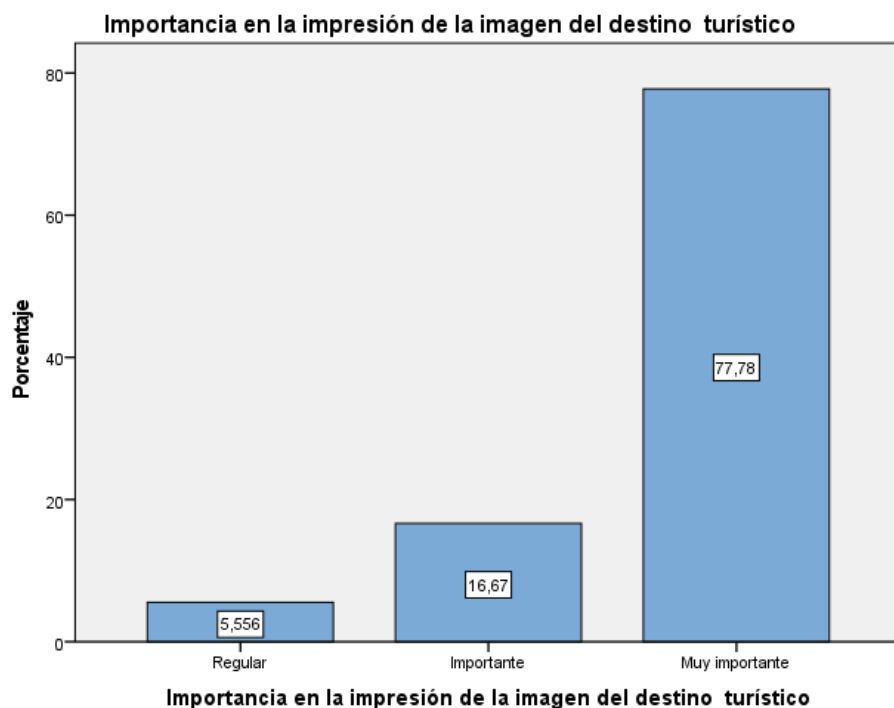
Tabla 26 Importancia en la impresión de la imagen del destino turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	5,6	5,6	5,6
	Importante	3	16,7	16,7	22,2
	Muy importante	14	77,8	77,8	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 8 Importancia en la impresión de la imagen del destino turístico



Elaboración: Emanuel Rea

El 77,78% de los encuestados mencionan que es Muy Importante, el 16,67% mencionan que es Importante y el 5,556% menciona que es Regular la impresión de la imagen del destino turístico.

Tabla 27 Importancia en la satisfacción al momento de observar los recursos naturales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	1	5,6	5,6	5,6
Muy importante	17	94,4	94,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 9 Importancia en la satisfacción al momento de observar los recursos naturales



Elaboración: Emanuel Rea

El 94,44% de las personas encuestadas, mencionan que es Muy Importante y el 5,556% menciona que es Importante la satisfacción al momento de observar los recursos naturales.

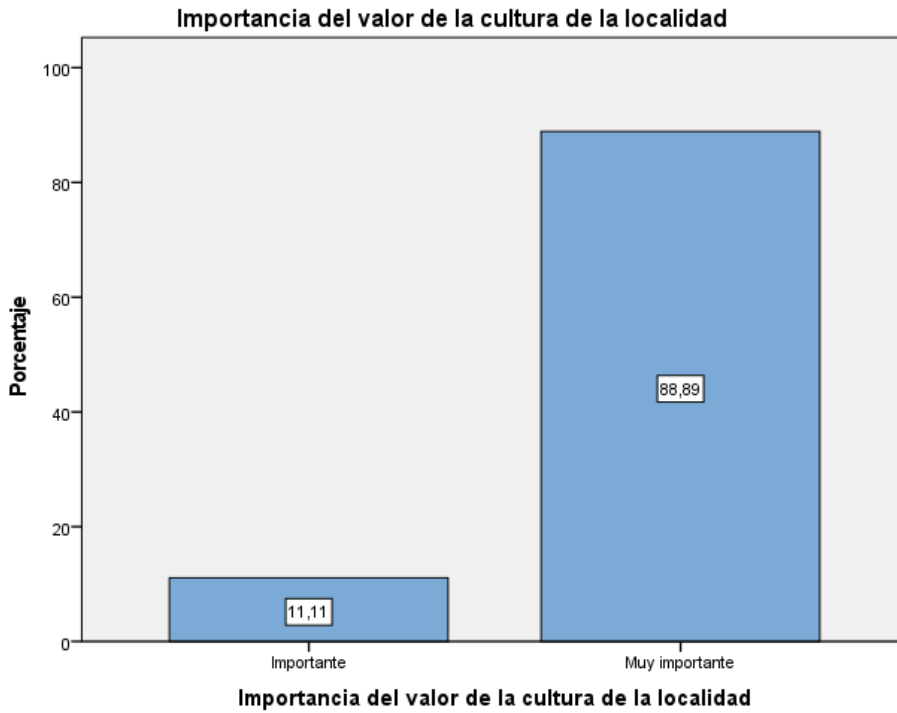
Tabla 28 Importancia del valor de la cultura de la localidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	2	11,1	11,1	11,1
Muy importante	16	88,9	88,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 10 Importancia del valor de la cultura de la localidad



Elaboración: Emanuel Rea

El 88,89 % de los encuestados mencionan que es Muy Importante y el 11,11 % que es Importante el valor de la cultura de la localidad.

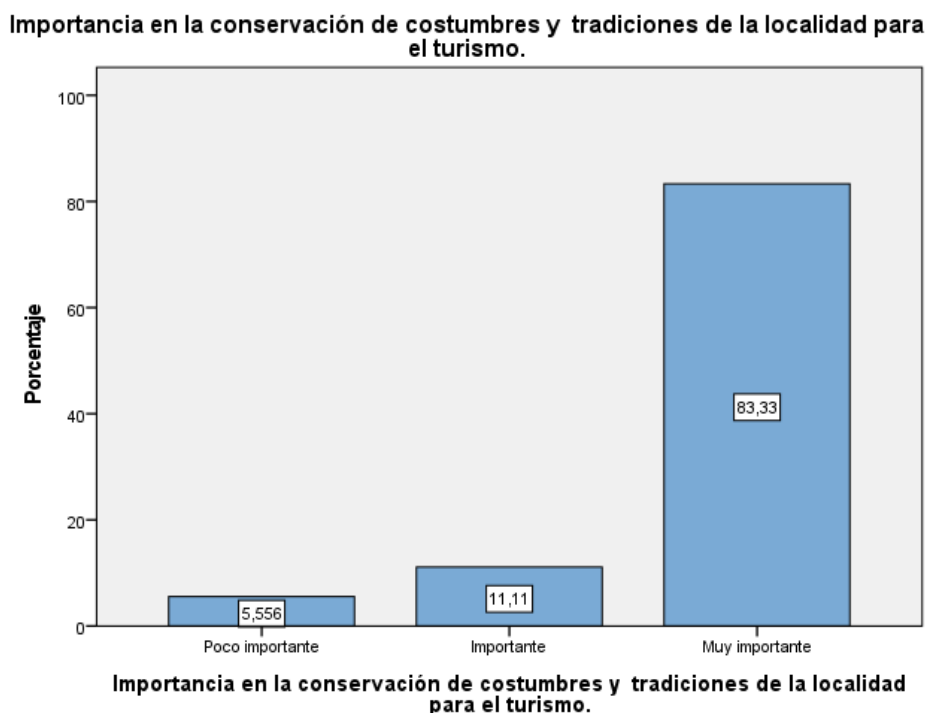
Tabla 29 Importancia en la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Poco importante	1	5,6	5,6	5,6
Importante	2	11,1	11,1	16,7
Muy importante	15	83,3	83,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 11 Importancia en la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo



Elaboración: Emanuel Rea

El 83,33% de los encuestados menciona que es Muy Importante, el 11,11% nombra que es Importante y el 5,556% menciona que es Poco Importante la conservación de costumbres y tradiciones de la localidad para el turismo.

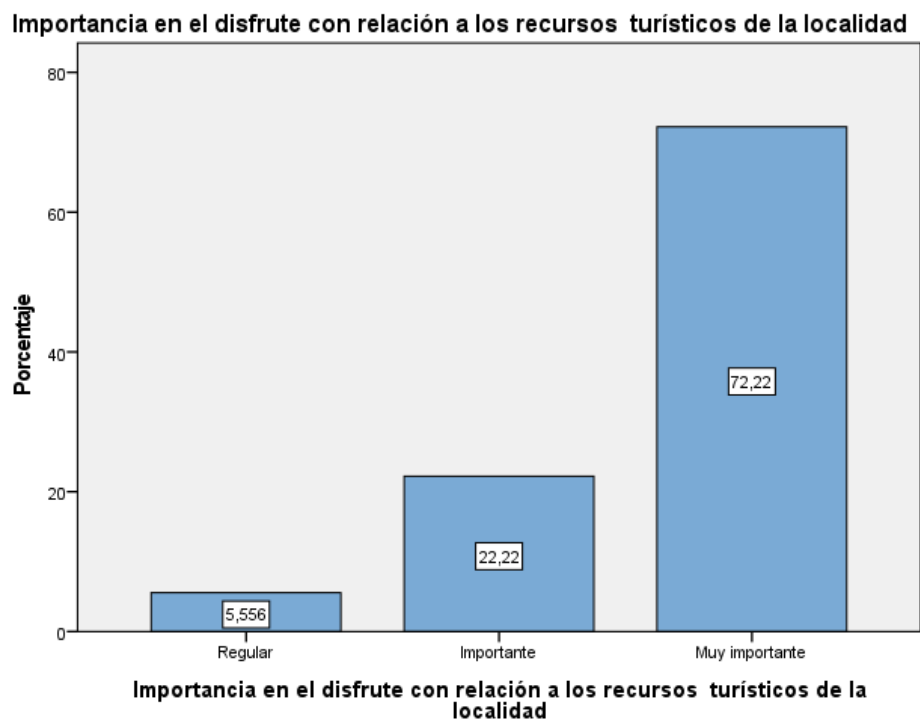
Tabla 30 Importancia en el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	1	5,6	5,6	5,6
Importante	4	22,2	22,2	27,8
Muy importante	13	72,2	72,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 12 Importancia en el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad



Elaboración: Emanuel Rea

Dentro de los encuestados, el 72,22% menciona que es Muy Importante, el 22,22% Importante y el 5,556% nombra que es Regular el disfrute con relación a los recursos turísticos de la localidad.

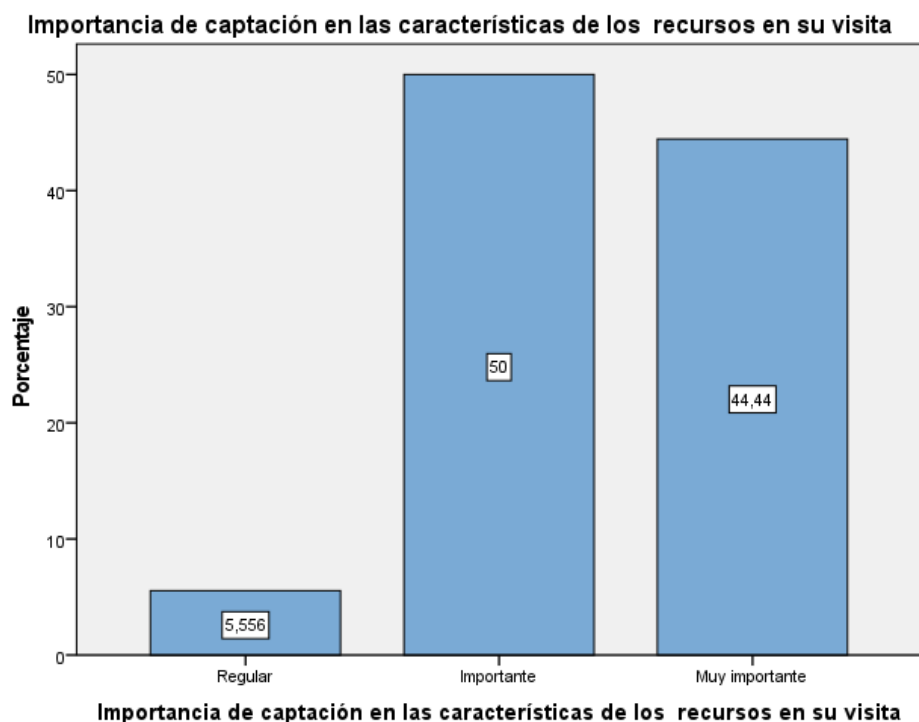
Tabla 31 Importancia de captación en las características de los recursos en su visita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	5,6	5,6	5,6
	Importante	9	50,0	50,0	55,6
	Muy importante	8	44,4	44,4	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Prestadores de servicios del cantón Alausí

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 13 Importancia de captación en las características de los recursos en su visita



Elaboración: Emanuel Rea

Dentro de los encuestados el 50% menciona que es Importante, el 44,44% nombra Muy Importante y el 5,556% menciona que es Regular la captación en las características de los recursos en su visita

Resultados obtenidos de las encuestas de la variable independiente: Atractivos Turísticos

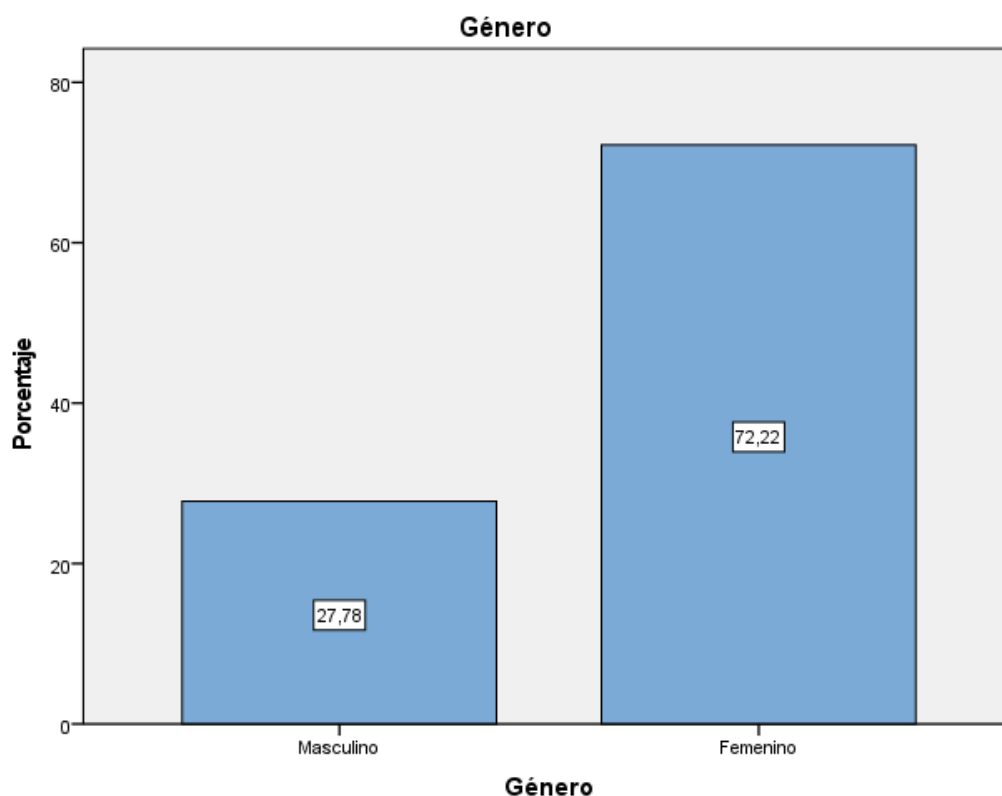
Tabla 32 Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	5	27,8	27,8	27,8
	Femenino	13	72,2	72,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 14 Género



Elaboración: Emanuel Rea

El mayor porcentaje de visitantes en los atractivos turísticos fue de un 72,2% para el género Femenino, mientras que el 27,8% restante pertenecen al género Masculino.

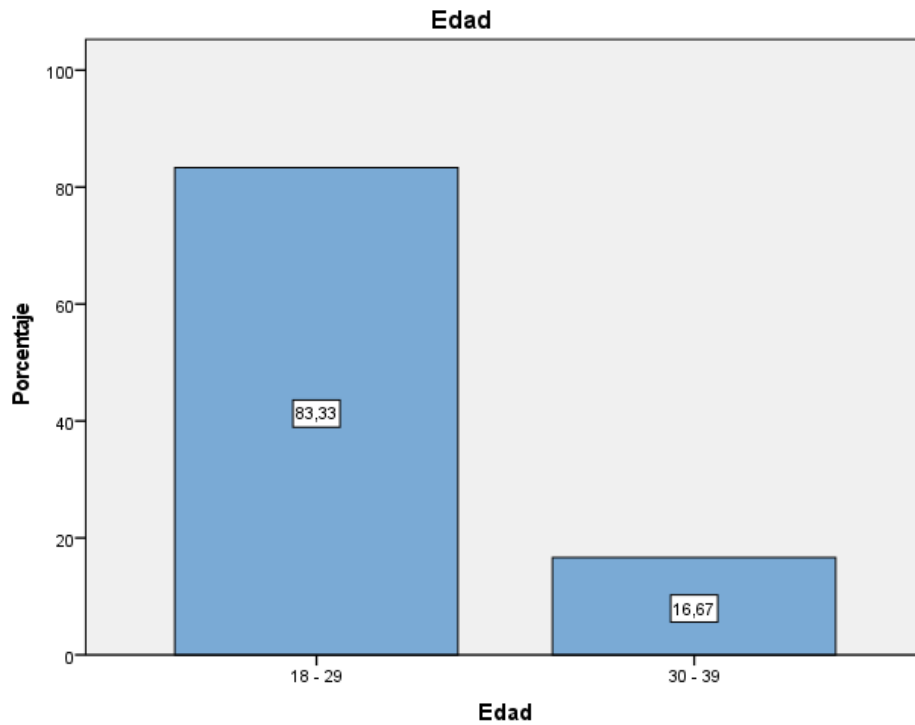
Tabla 33 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 - 29	15	83,3	83,3	83,3
	30 - 39	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 15 Edad



Elaboración: Emanuel Rea

El mayor porcentaje para los visitantes en los atractivos turísticos fue del 83,3% para personas de 18 a 29 años de edad mientras que el restante 16,7 es para personas de 30 a 39 años.

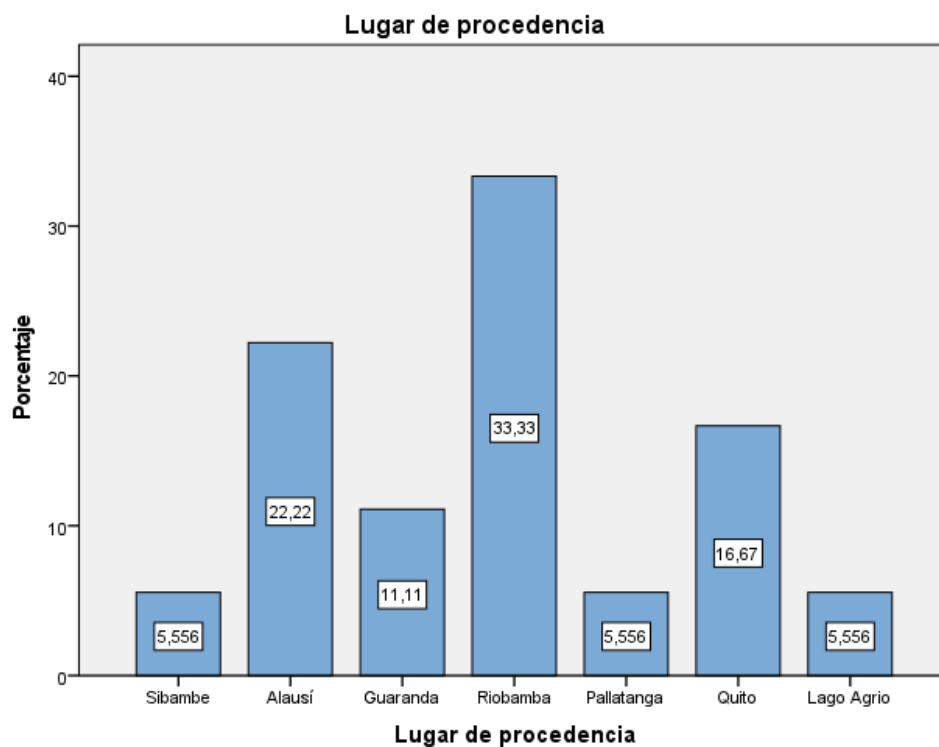
Tabla 34 Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sibambe	1	5,6	5,6	5,6
	Alausí	4	22,2	22,2	27,8
	Guaranda	2	11,1	11,1	38,9
	Riobamba	6	33,3	33,3	72,2
	Pallatanga	1	5,6	5,6	77,8
	Quito	3	16,7	16,7	94,4
	Lago Agrio	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 16 Lugar de procedencia



Elaboración: Emanuel Rea

El 33,3% es perteneciente a los visitantes de los atractivos turísticos que son de Riobamba, el 22,2% a personas de Alausí, el 16,7% a personas de Quito, el 5,6% a personas de Pallatanga, el 5,6% a personas de Lago Agrio y el otro 5,6% a personas de Sibambe.

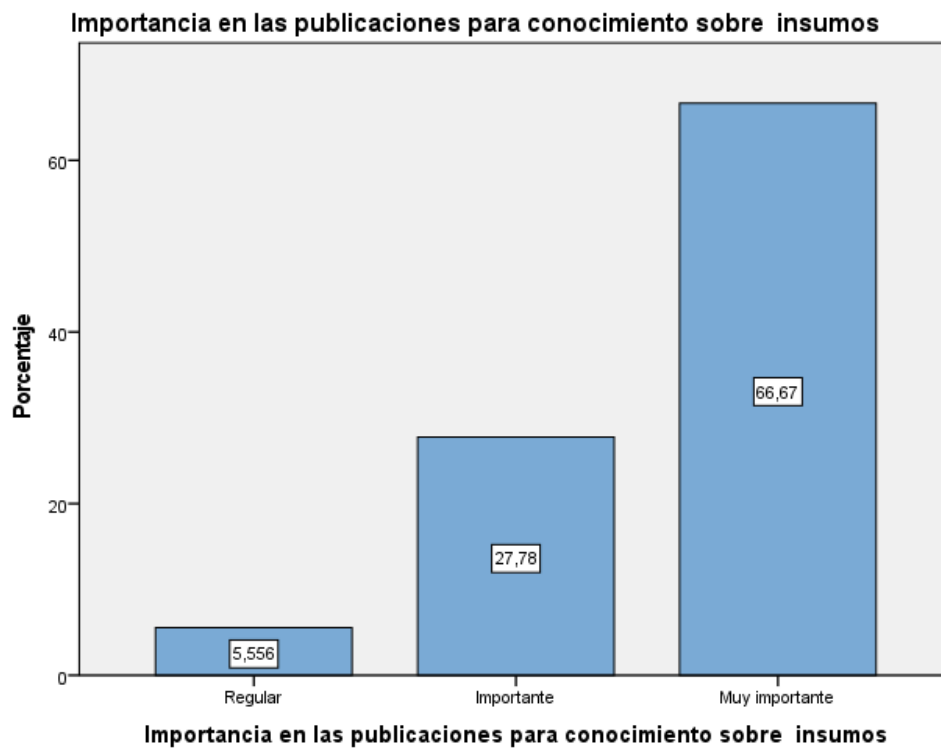
Tabla 35 Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	1	5,6	5,6	5,6
Importante	5	27,8	27,8	33,3
Muy importante	12	66,7	66,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 17 Importancia en las publicaciones para conocimiento sobre insumos



Elaboración: Emanuel Rea

El 66,67 % de los encuestados menciona que es Muy Importante las publicaciones para conocimiento sobre insumos, el 27,78% nombra Importante y el 5,556% menciona que es Regular.

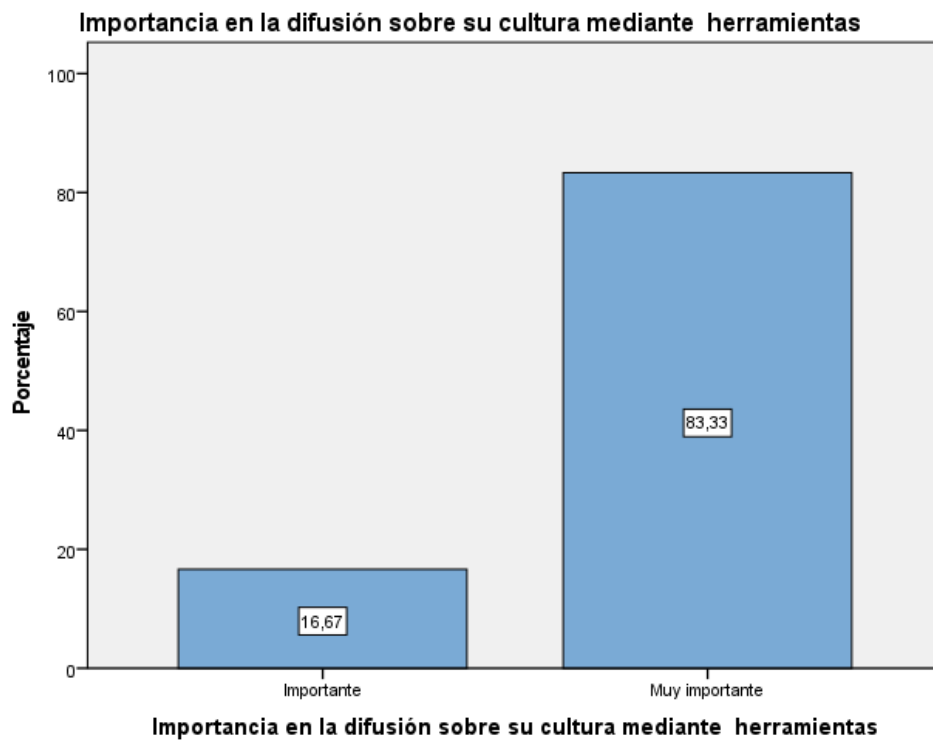
Tabla 36 Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	3	16,7	16,7	16,7
Muy importante	15	83,3	83,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 18 Importancia en la difusión sobre su cultura mediante herramientas



Elaboración: Emanuel Rea

El 83,33% de los encuestados mencionan que es Muy Importante la difusión sobre su cultura mediante herramientas mientras que el 16,67% nombra que es Importante.

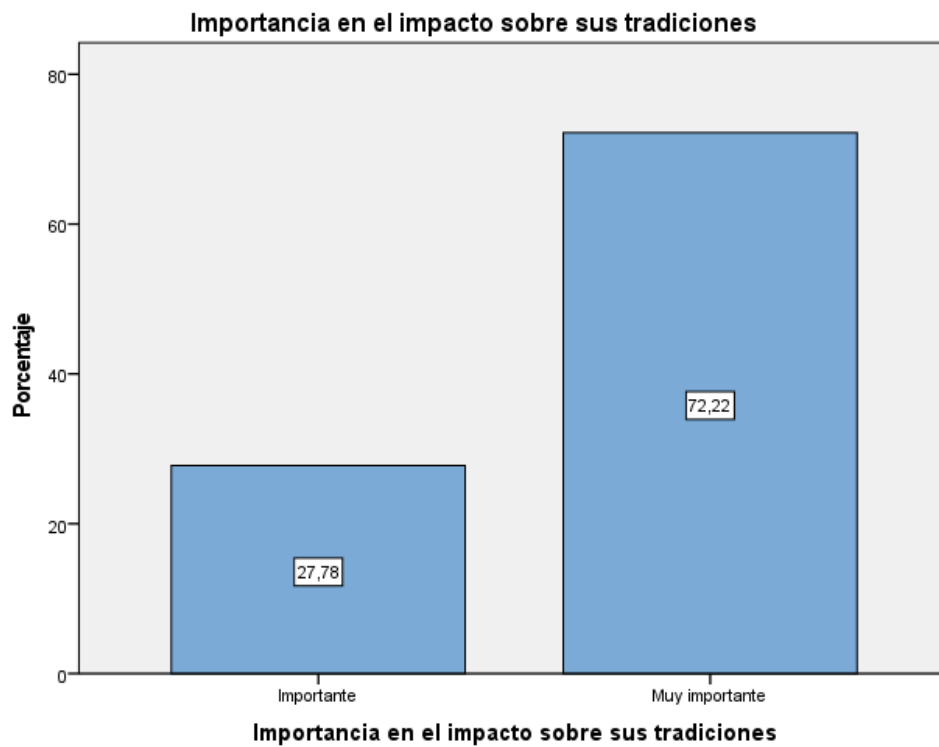
Tabla 37 Importancia en el impacto sobre sus tradiciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	5	27,8	27,8	27,8
Muy importante	13	72,2	72,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 19 Importancia en el impacto sobre sus tradiciones



Elaboración: Emanuel Rea

El 72,22% de los encuestados nombra que es Muy Importante el impacto sobre sus tradiciones, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.

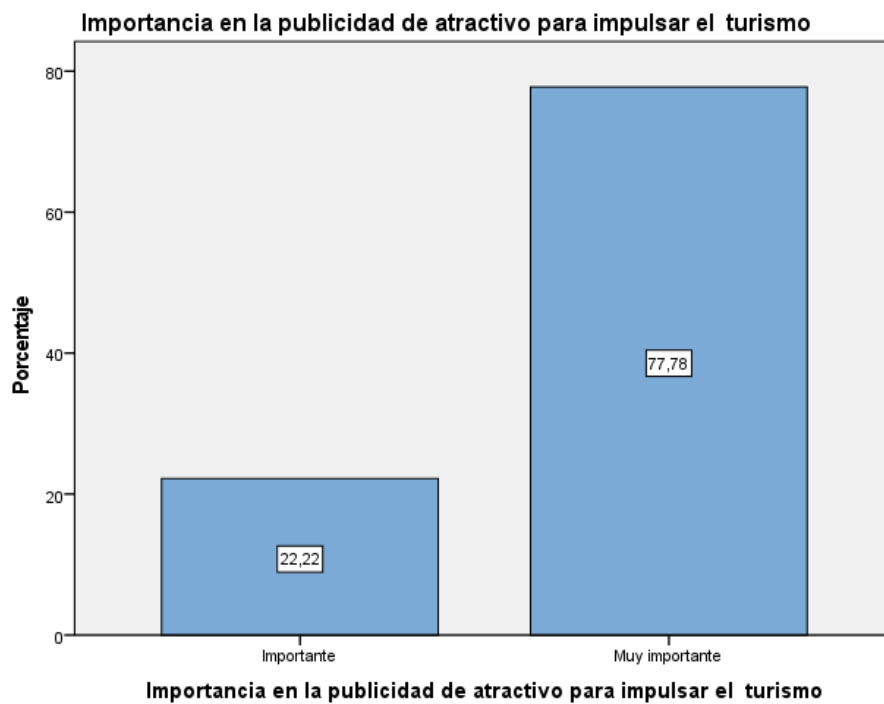
Tabla 38 Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	4	22,2	22,2	22,2
Muy importante	14	77,8	77,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 20 Importancia en la publicidad de atractivo para impulsar el turismo



Elaboración: Emanuel Rea

El 77,78% de los encuestados menciona que es Muy Importante la publicidad de atractivo para impulsar el turismo, mientras que el 22,22% nombra que es Importante.

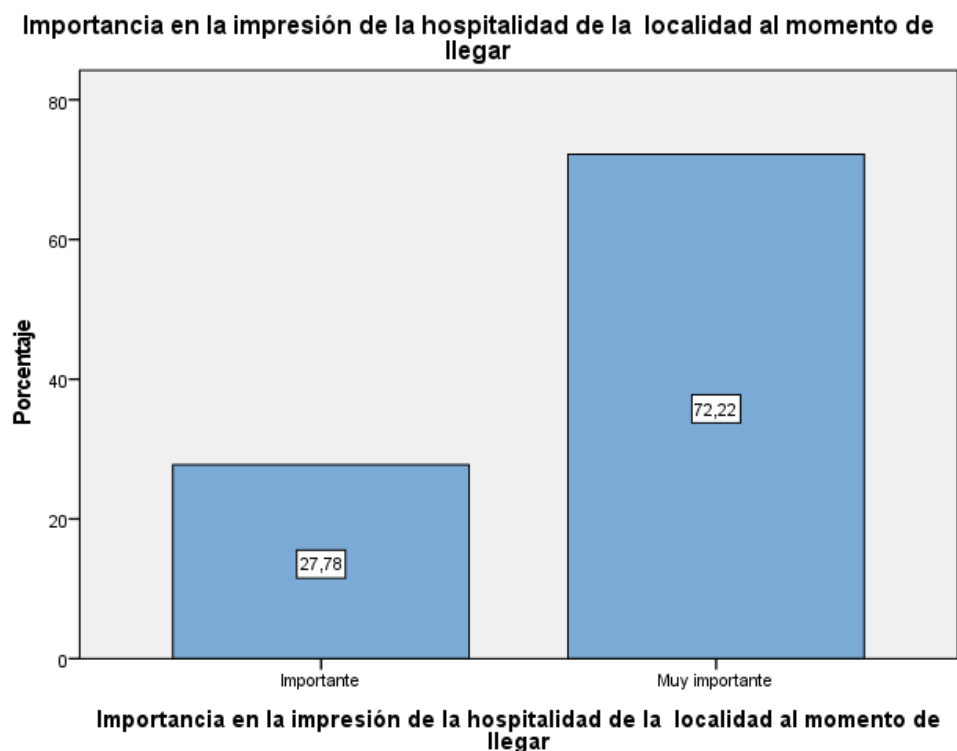
Tabla 39 Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	5	27,8	27,8	27,8
Muy importante	13	72,2	72,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 21 Importancia en la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar



Elaboración: Emanuel Rea

El 72,22% de los encuestados nombra que es Muy Importante la impresión de la hospitalidad de la localidad al momento de llegar, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.

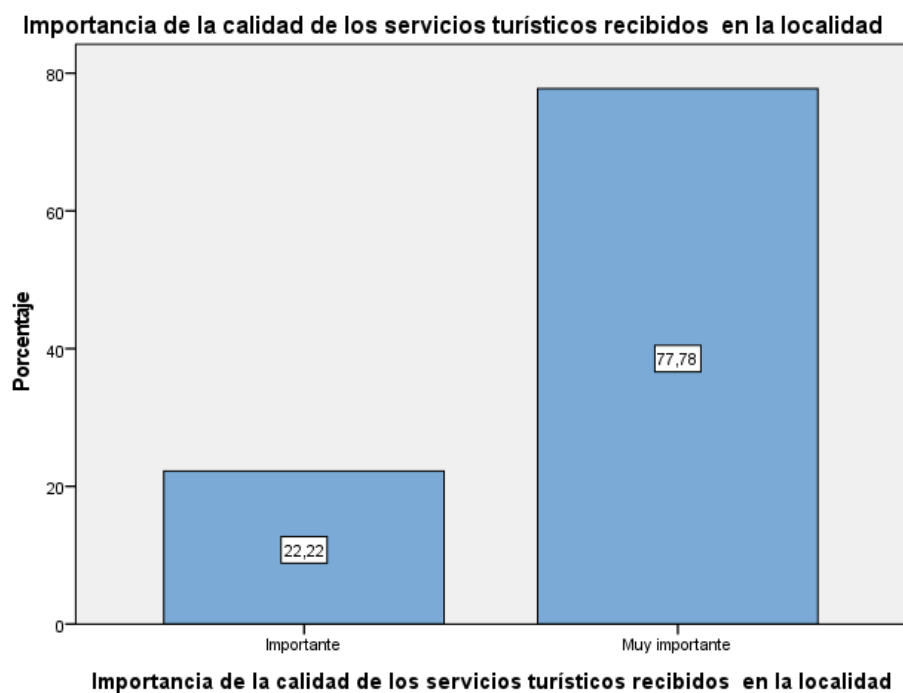
Tabla 40 Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	4	22,2	22,2	22,2
Muy importante	14	77,8	77,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 22 Importancia de la calidad de los servicios turísticos recibidos en la localidad



Elaboración: Emanuel Rea

El 77,78% de los encuestados menciona que es Muy Importante la calidad de los servicios turísticos al recibir en la localidad mientras que el 22,22% nombra Importante.

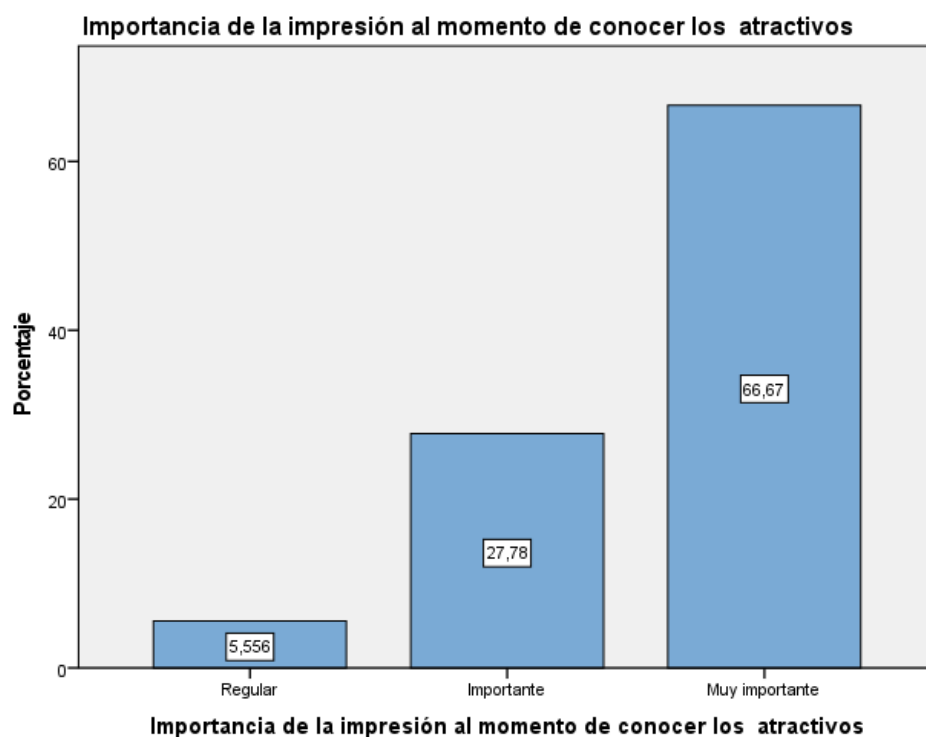
Tabla 41 Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	1	5,6	5,6	5,6
Importante	5	27,8	27,8	33,3
Muy importante	12	66,7	66,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 23 Importancia de la impresión al momento de conocer los atractivos



Elaboración: Emanuel Rea

El 66,67% de los encuestados considera que es Muy Importante la impresión al momento de conocer los atractivos, el 27,78% menciona que es Importante y el 5,556% nombra que es Regular.

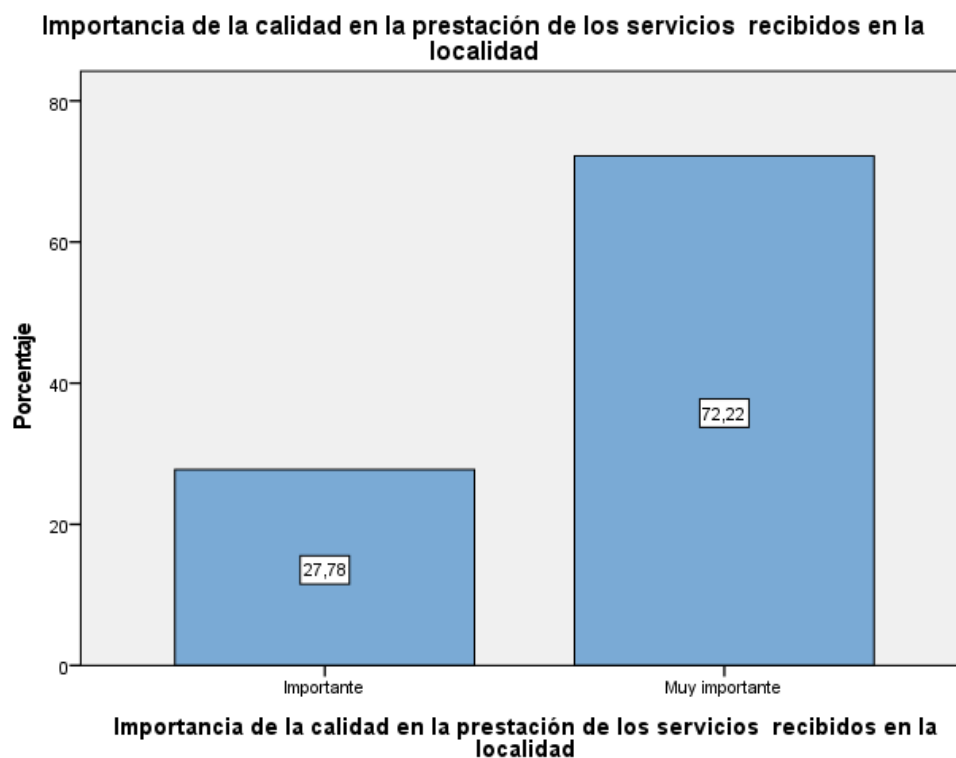
Tabla 42 Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Importante	5	27,8	27,8	27,8
Muy importante	13	72,2	72,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 24 Importancia de la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad



Elaboración: Emanuel Rea

El 72,22% de los encuestados considera que es Muy Importante la calidad en la prestación de los servicios recibidos en la localidad, mientras que el 27,78% menciona que es Importante.

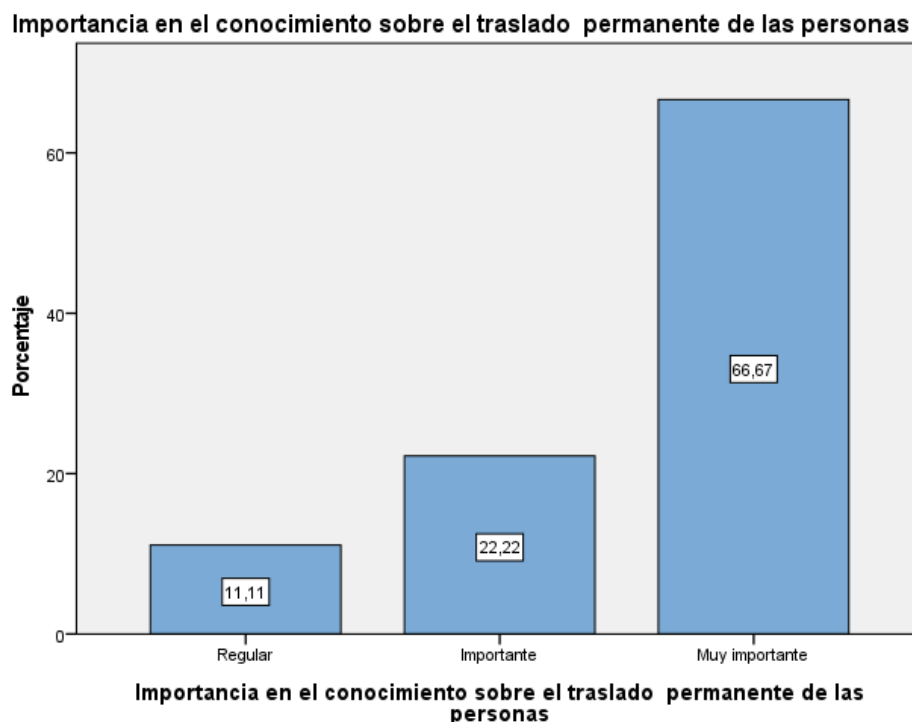
Tabla 43 Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	2	11,1	11,1	11,1
Importante	4	22,2	22,2	33,3
Muy importante	12	66,7	66,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 25 Importancia en el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas



Elaboración: Emanuel Rea

El 66,67% de los encuestados considera que es Muy Importante el conocimiento sobre el traslado permanente de las personas, el 22,22% menciona que es Importante y el 11,11% nombra que es Regular.

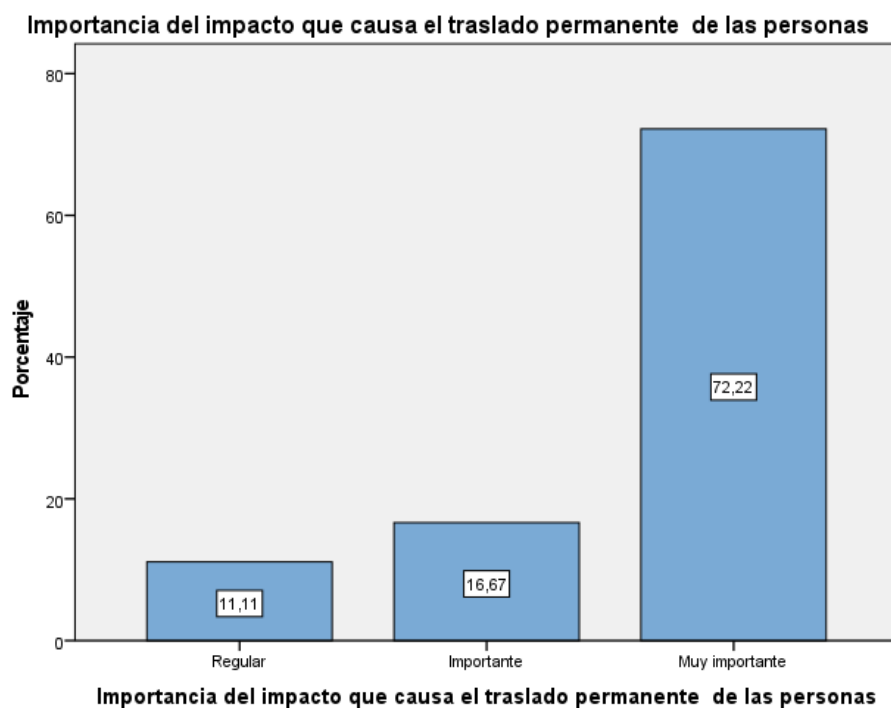
Tabla 44 Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	2	11,1	11,1	11,1
	Importante	3	16,7	16,7	27,8
	Muy importante	13	72,2	72,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Turistas que visitan la parroquia Sibambe

Elaboración: Emanuel Rea

Gráfico 26 Importancia del impacto que causa el traslado permanente de las personas



Elaboración: Emanuel Rea

El 72,22% de los encuestados considera que es Muy Importante el impacto que causa el traslado permanente de las personas, el 16,67% menciona que es Importante y el 11,11% nombra que es Regular.