



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

**Título:**

“Facilidades y oferta turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”

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

**Autor:**

Lasso Chimbo, Nancy Susana

**Tutor:**

Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel

**Riobamba, Ecuador. 2024**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Yo, Nancy Susana Lasso Chimbo con cédula de ciudadanía 060524094-4, autora del trabajo de investigación titulado: “Facilidades y Oferta Turística en el cantón Pallatanga, 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, 01 de Mayo de 2024



Nancy Susana Lasso Chimbo

C.I: 060524094-4

## DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación, Facilidades y Oferta Turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”, por Nancy Susana Lasso Chimbo, con cédula de identidad número 060524094-4, bajo la tutoría de Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel; 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.

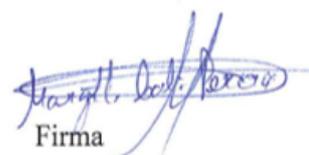
En Riobamba, 01 de Mayo de 2024

Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



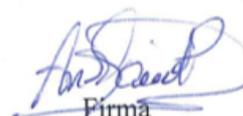
Firma

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel  
TUTOR



Firma

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Facilidades y Oferta Turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”, por Nancy Susana Lasso Chimbo, con cédula de identidad número 060524094-4, certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar. De conformidad a la normativa aplicable firmamos.

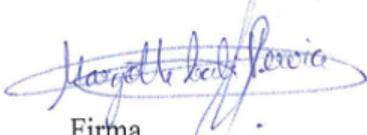
En Riobamba, 01 de Mayo de 2024

Presidente del Tribunal de Grado  
Mgs. Roger Badin Paredes Guerrero



Firma

Miembro del Tribunal de Grado  
Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira



Firma

Miembro del Tribunal de Grado  
Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga



Firma

# CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección  
Académica  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



## CERTIFICACIÓN

Que, **Lasso Chimbo Nancy Susana** con CC: 0605240944, estudiante de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**Facilidades y Oferta turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo**", cumple con el **1%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 8 de abril de 2024

Mgs. Andrea Garrido  
**TUTOR(A)**

## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios, gracias por la vida, por mi familia, mi carrera y por todas las bendiciones derramadas sobre mi familia.

Así mismo, a toda mi familia, especialmente mis Padres; Anita y José, que con su amor, cariño, consejos y apoyo incondicional durante estos años y por ser la razón más grande. Gracias por haberme inculcado de valores y principios, enseñar a enfrentar las adversidades que se me presentan sin perder la cordura, conocer lo bueno y malo de la vida, en este mundo nada es inadmisible, siempre lo han expresado que si así fuese nadie lo va a lograr. Gracias por la vida y lo que se viene.

También dedicó este trabajo de investigación a mis hermanos, que ironía de la vida parece que fuese ayer que todos luchábamos por un propósito, una meta y un sueño, el día de hoy se celebra cada logro, agradezco el apoyo y cariño, siempre aportando grandes cosas para mí, también por los grandes momentos de felicidades y emociones que causan.

*Nancy Lasso (2024)*

## AGRADECIMIENTO

Realizar la tesis es un trabajo arduo de mucho esfuerzo, dedicación, perseverancia, sacrificio y responsabilidad, no hubiese sido posible sin el apoyo y voluntades de varias personas que han sido participes en la culminación de mi trabajo de investigación, llevo conmigo deudas de gratitudes con muchas personas motivo por el cual expreso mis sinceros agradecimientos.

Quiero agradecer a los docentes de la Carrera de Gestión Turística de la Universidad Nacional de Chimborazo por compartir sus conocimientos, experiencias, esfuerzo y dedicación que favorecen en esta nueva etapa de vida profesional, en especial a mi Tutora Mgs. Andrea Garrido, agradecer su buen gesto, predisposición, paciencia, apoyo y confianza en mi trabajo.

También quiero agradecer a mis amigos por tan importante aporte en la culminación de este trabajo, la disponibilidad de tiempo y paciencia que me han brindado. Al final quedan grandes recuerdos y una gran amistad.

*Nancy Lasso (2024)*

# ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL .....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO .....	
RESUMEN .....	
ABSTRACT .....	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1. Antecedentes de la investigación.....	16
1.1. 1. Antecedentes de la investigación - Facilidades turísticas.....	16
1.1.2. Antecedentes de la investigación - Oferta turística.....	16
1.2. Situación problemática .....	18
1.4. Objetivos.....	19
1.4.1. Objetivo general .....	19
1.4.2. Objetivos específicos.....	19
1.5. Hipótesis .....	19
1.5.1. Hipótesis general .....	19
1.5.2. Hipótesis específicas.....	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	20
2.1.1. Epistemología - Facilidades turísticas .....	20
2.1.2. Epistemología - Oferta turística .....	21
2.2. Bases teóricas .....	22
2.2.2. Bases teóricas - Oferta turística .....	25
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	27
3.1. Tipo de investigación .....	27
3.1.1. Investigación documental .....	27
3.1.2. Investigación de campo.....	27
3.1.3. Investigación cuantitativa .....	27
3.2. Diseño de investigación. ....	27
3.4. Técnicas de recolección de datos. ....	28

3.4.1. Técnica.....	28
3.4.2. Instrumento .....	28
3.5. Población de estudio.....	28
3.8. Confiabilidad de los instrumentos.....	29
3.8.1. Confiabilidad variable independiente - Facilidades.....	30
3.8.2. Confiabilidad variable dependiente - Oferta turística.....	30
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	31
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados - Variable independiente	31
4.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados - Variable dependiente...	35
4.3. Prueba de hipótesis.....	39
4.3.1. Hipótesis general.....	39
4.3.2. Hipótesis específica 1 .....	40
4.3.3. Hipótesis específica 2 .....	41
4.3.4. Hipótesis específica 3 .....	42
4.4. Discusión de resultados.....	43
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	43
5.1. CONCLUSIONES .....	43
5.2. RECOMENDACIONES .....	44
CAPÍTULO VI. PROPUESTA .....	45
6.1. Título de la propuesta .....	45
6.2. Introducción.....	45
6.3. Objetivos.....	45
6.3.1. Objetivo general .....	45
6.3.2. Objetivos específicos.....	45
BIBLIOGRAFÍA .....	89
ANEXOS .....	92
Anexo 1. Árbol de problemas .....	92
Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables .....	93
Anexo 3. Matriz de consistencia .....	94
Anexo 4. Instrumentos de evaluación .....	95
Anexo 5. Resultado de las encuestas aplicadas.....	102
Anexo 6. Estrategias de marketing.....	128
Anexo 7. Acta de descargo.....	131

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Selección de la muestra .....	29
<b>Tabla 2</b> Validación de los instrumentos de evaluación .....	29
<b>Tabla 3</b> Coeficiente Alfa de Cronbach .....	30
<b>Tabla 4</b> Estadístico Alfa de Cronbach de la variable independiente .....	30
<b>Tabla 5</b> Estadístico Alfa de Cronbach de la variable dependiente .....	30
<b>Tabla 6</b> Análisis, interpretación y discusión de resultados - V. independiente .....	31
<b>Tabla 7</b> Análisis, interpretación y discusión de resultados - V. dependiente .....	35
<b>Tabla 8</b> Prueba de hipótesis general .....	39
<b>Tabla 9</b> Prueba de chi – Cuadrado, Hipótesis específica 1 .....	40
<b>Tabla 10</b> Prueba de chi – Cuadrado, Hipótesis específica 2 .....	41
<b>Tabla 11</b> Prueba de chi – Cuadrado, Hipótesis específica 3 .....	42
<b>Tabla 12</b> Extensión .....	47
<b>Tabla 13</b> Componentes ecológicos .....	50
<b>Tabla 14</b> Fauna dentro del cantón Pallatanga .....	51
<b>Tabla 15</b> Atractivos turísticos del cantón Pallatanga.....	52
<b>Tabla 16</b> Fiestas religiosas.....	58
<b>Tabla 17</b> Fiestas no religiosas.....	59
<b>Tabla 18</b> Leyendas.....	59
<b>Tabla 19</b> Proceso metodológico para el diseño del producto turístico .....	62
<b>Tabla 20</b> Infraestructura turística.....	65
<b>Tabla 21</b> Establecimientos de alojamiento .....	67
<b>Tabla 22</b> Establecimientos de alimentación .....	68
<b>Tabla 23</b> Servicio de alojamiento del cantón Pallatanga .....	69
<b>Tabla 24</b> Servicio de alimentos y bebidas .....	70
<b>Tabla 25</b> Análisis de la demanda turística .....	71
<b>Tabla 26</b> Análisis FODA – Lluvia de ideas.....	72
<b>Tabla 27</b> Foda priorizado.....	73
<b>Tabla 28</b> FODA Cruzado.....	74
<b>Tabla 29</b> Paquete turístico N° 01 .....	78
<b>Tabla 30</b> Costo de la ruta ciclista “El Lechero”.....	80
<b>Tabla 31</b> Paquete turístico N° 02 .....	81
<b>Tabla 32</b> Costo de la ruta “Adventours Guangashi” .....	83
<b>Tabla 33</b> Paquete turístico N° 03 .....	84
<b>Tabla 34</b> Costo de la ruta Rancho Chico - Jalubí .....	86
<b>Tabla 35</b> Estrategias de marketing del producto “Pallatanga Adventure” .....	87
<b>Tabla 36</b> Matriz de operacionalización de variables .....	93
<b>Tabla 37</b> Matriz de consistencia .....	94
<b>Tabla 38</b> Edad.....	102
<b>Tabla 39</b> Género .....	103
<b>Tabla 40</b> Nivel de educación .....	104
<b>Tabla 41</b> Ingreso económico.....	105

<b>Tabla 42</b>	Rutas de acceso.....	106
<b>Tabla 43</b>	Señalética turística.....	107
<b>Tabla 44</b>	Senderos interpretativos .....	108
<b>Tabla 45</b>	Equipamiento urbano.....	109
<b>Tabla 46</b>	Capacitación y mejora continua .....	110
<b>Tabla 47</b>	Mejora y adecuación.....	111
<b>Tabla 48</b>	Reactivación y protección .....	112
<b>Tabla 49</b>	Reactivación y protección de los recursos culturales .....	113
<b>Tabla 50</b>	Edad.....	114
<b>Tabla 51</b>	Género .....	115
<b>Tabla 52</b>	Nivel de educación .....	116
<b>Tabla 53</b>	Ingreso económico.....	117
<b>Tabla 54</b>	Productos y destinos turísticos .....	118
<b>Tabla 55</b>	Implementación de facilidades turísticas.....	119
<b>Tabla 56</b>	Adecuada accesibilidad .....	120
<b>Tabla 57</b>	Servicio de guianza.....	121
<b>Tabla 58</b>	Servicio de transporte .....	122
<b>Tabla 59</b>	Implementación de señaléticas .....	123
<b>Tabla 60</b>	Implementación de agencia de viaje.....	124
<b>Tabla 61</b>	Conservación y preservación de los sitios naturales .....	125
<b>Tabla 62</b>	Manifestaciones culturales .....	126
<b>Tabla 63</b>	Conciencia turística .....	127

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Directrices para fortalecer la implementación de facilidades turísticas...	21
<b>Figura 2</b> Localización del cantón Pallatanga.....	47
<b>Figura 3</b> Logotipo .....	75
<b>Figura 4</b> Descripción del texto .....	76
<b>Figura 5</b> Colorimetría sobre fondos.....	77
<b>Figura 6</b> Mapa de la ruta ciclista “El Lechero” .....	80
<b>Figura 7</b> Mapa Adventours Guangashi.....	83
<b>Figura 8</b> Mapa.....	86
<b>Figura 9</b> Edad .....	102
<b>Figura 10</b> Género.....	103
<b>Figura 11</b> Nivel de educación.....	104
<b>Figura 12</b> Ingreso económico .....	105
<b>Figura 13</b> Rutas de acceso .....	106
<b>Figura 14</b> Rutas de acceso .....	107
<b>Figura 15</b> Senderos interpretativos.....	108
<b>Figura 16</b> Equipamiento urbano .....	109
<b>Figura 17</b> Capacitación y mejora continua.....	110
<b>Figura 18</b> Mejora y adecuación .....	111
<b>Figura 19</b> Reactivación y protección.....	112
<b>Figura 20</b> Reactivación y protección de los recursos culturales.....	113
<b>Figura 21</b> Edad .....	114
<b>Figura 22</b> Género.....	115
<b>Figura 23</b> Nivel de educación.....	116
<b>Figura 24</b> Ingreso económico .....	117
<b>Figura 25</b> Productos y destinos turísticos.....	118
<b>Figura 26</b> Implementación de facilidades turísticas .....	119
<b>Figura 27</b> Adecuada accesibilidad.....	120
<b>Figura 28</b> Servicio de guianza .....	121
<b>Figura 29</b> Servicio de transporte.....	122
<b>Figura 30</b> Implementación de señaléticas.....	123
<b>Figura 31</b> Implementación de agencia de viaje .....	124
<b>Figura 32</b> Conservación y preservación de los sitios naturales.....	125
<b>Figura 33</b> Manifestaciones culturales .....	126
<b>Figura 34</b> Conciencia turística.....	127
<b>Figura 35</b> Flyers N. 01 - Ruta ciclista “El Lechero” .....	128
<b>Figura 36</b> Flyers N.02 - Ruta Rancho “Jalubí Camping” .....	129
<b>Figura 37</b> Flyers N.03 – Adventours “Guangashi” .....	130

## RESUMEN

La investigación tiene por objetivo, determinar la relación que existe entre las facilidades y oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, la problemática identificada, se centra en la limitada e inadecuada oferta, cuya repercusión incide de manera directa en el progreso del turismo, sumado a la ineficiente gestión y administración de las autoridades predecesoras y las de turno.

La metodología empleada fue, con un tipo de investigación, documental, de campo, cuantitativa y cualitativa, además se utilizó un diseño de investigación, no experimental, transversal y correlacional, donde se midió las variables en un momento específico. Para recopilar datos se utilizó técnicas de recolección, como la encuesta y el cuestionario, considerando las dimensiones e indicadores.

La población de estudio se enfocó en aplicar encuestas a los habitantes del cantón, juntamente con los encargados de los establecimientos de AA&BB y alojamiento. Como resultado de la investigación, se llegó a la conclusión, que no existe relación significativa entre las facilidades y oferta turística, puesto que las actividades ofertadas se limitan y en algunos casos no se desarrollan por completo, lo que impacta negativamente a la actividad turística.

***Palabras claves:*** Oferta, Productos, Actividades, Facilidades turísticas.

## ABSTRACT

The objective of the research is to determine the relationship that exists between the facilities and tourist offer of the Pallatanga canton, province of Chimborazo, the problem identified focuses on the limited and inadequate offer, whose impact has a direct impact on the progress of tourism. added to the inefficient management and administration of the predecessor authorities and those in can.

The methodology used was, with a type of research, documentary, field, quantitative and qualitative, in addition, a non-experimental, transversal and correlational research design was used, where the variables were measured at a specific time. Techniques were used to collect data. collection, such as the survey and the questionnaire, considering the dimensions and indicators.

The study population focused on applying surveys to the inhabitants of the canton, together with those in charge of the AA&BB and accommodation establishments. As a result of the investigation, it was concluded that there is no significant relationship between the facilities and the tourist offer, since the activities offered are limited and in some cases are not fully developed, which negatively impacts the tourist activity.

**Keywords:** Offer, Products, Activities, Tourist facilities.



**Reviewed by:**

Mgs. Jessica María Guaranga Lema

**ENGLISH PROFESSOR**

C.C. 0606012607

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años el turismo ha sido fuertemente afectado debido a la pandemia, no obstante, la actividad turística ha experimentado un constante aumento, situándose como uno de los sectores económicos con mayor expansión a nivel global.

Ecuador el más pequeño de países andinos repleto de hermosos paisajes, volcanes, bosques, playas, ríos, lagos, páramos, selvas amazónicas, las islas galápagos un archipiélago magnífico y centros históricos, país megadiverso, multiétnico y plurinacional es considerado como destino verde, país de los 4 mundos costa, sierra, oriente e insular Galápagos se puede disfrutar de estos ecosistemas en tan solo un día y disfrutar de diversas costumbres y tradiciones de cada pueblo.

Pallatanga, también conocida como la eterna primavera, posee un clima privilegiado como pocos en el Ecuador, con características únicas, históricas y culturales, su gente llena de grandeza y hospitalidad, el cual permite disfrutar de su estadía. Pallatanga cantón floreciente, es así como también se lo llama por sus tierras fructíferas y su clima subtropical en el centro del cantón, a tan solo unos minutos podrá disfrutar de un clima frío, gente trabajadora que día a día madrega a labrar su tierra que con esfuerzo y dedicación de nuestros agricultores y ganaderos se obtienen productos de calidad, como es; frejol, pimienta, tomate, pepino, queso, café y ají, entre otros el mismo que abastece de productos agrícolas y pecuarios dentro y fuera del Ecuador.

Capítulo I: En este capítulo, se aborda el análisis de la problemática a través del planteamiento del problema. Se examinan aspectos fundamentales como la situación problemática, la justificación, los objetivos de la investigación y las hipótesis.

Capítulo II: Bajo el título de Marco Teórico, se lleva a cabo una exhaustiva revisión de la información relacionada con nuestro tema, considerando cuidadosamente las dos variables pertinentes.

Capítulo III: En la sección de Metodología, se proporcionan detalles acerca del tipo y diseño de la investigación, así como de las técnicas e instrumentos que serán validados por expertos. Estos recursos se emplearán para una eficiente recolección de datos, los cuales serán sometidos a un análisis e interpretación posterior.

Capítulo IV: En este apartado, se llevan a cabo las pruebas de hipótesis tanto general como específica, determinando la aceptación o rechazo de las mismas.

Capítulo V: Aquí se presentan las conclusiones derivadas de la recolección de datos, acompañadas de recomendaciones que permitan la implementación y diseño de la propuesta.

Capítulo VI: La fase final comprende de la elaboración de la propuesta, cuyo propósito es concluir la investigación. Esto facilita la organización eficiente de posibles soluciones al problema principal.

## **1.1. Antecedentes de la investigación**

### **1.1. 1. Antecedentes de la investigación - Facilidades turísticas**

De acuerdo con Realpe (2015), en la investigación “Plan de desarrollo turístico para el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”, menciona que: La conformación de una serie de lineamientos y estrategias que permitan al Cantón Pallatanga alcanzar de manera oportuna su desarrollo a través del Turismo. Además, Pallatanga cuenta con un importante potencial turístico identificándose a veintiuno de ellos, que se potencializan gracias a la ubicación geográfica del cantón que posibilita la existencia de cinco zonas de vida, que presentan un paisaje atractivo que va desde los más fríos páramos hasta un ambiente subtropical, a este hecho se suma el mantenimiento de prácticas culturales propias como la gastronomía típica que se la puede encontrar al filo de la carretera, pero es importante recalcar que esta es una de las principales desventajas ya que Pallatanga por este motivo solo es considerado como un sitio de paso y no como un destino turístico (p. 41-42).

Citando a Guamán (2021), en su proyecto de investigación titulada “Facilidades turísticas y oferta en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo”, menciona que: Las facilidades turísticas y la oferta en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, a partir de los resultados obtenidos de la comprobación de hipótesis de la investigación identificamos que las facilidades turísticas existentes en el cantón son escasas lo cual crea un factor limitante para que la actividad turística en el cantón Pallatanga incremente (p.78).

Según Flores (2022), en su Trabajo de titulación “Plan estratégico para el desarrollo turístico del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”, previo a la obtención del título de magister en turismo sostenible y desarrollo local en la Escuela Politécnica de Chimborazo, deduce que: El diagnóstico turístico situacional del cantón Pallatanga denota que el territorio presenta un total de 19 atractivos turísticos entre naturales (89,47%) y manifestaciones culturales (10,53%). Estos atractivos presentan jerarquías entre II y III, la razón por la que los atractivos no son reconocidos y aprovechados es porque posee una carente oferta turística que no cubre las expectativas ni las necesidades de los visitantes. Además, presenta 9 establecimientos de servicio de alojamiento y 19 que brindan el servicio de alimentos y bebidas (p. 98).

### **1.1.2. Antecedentes de la investigación - Oferta turística**

Por consiguiente, Silva (2017), en su proyecto de investigación titulado “Circuito turístico para diversificar la oferta del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo”, menciona que: El circuito turístico que se plantea además mitigará el insuficiente aprovechamiento de la oferta turística que se debe a una incompleta articulación de sus componentes, permitirá también que el turista visite el cantón, con información turística fiable y relevante provocando la orientación en los visitantes este circuito permitirá también permitirá hacer uso de todas las maravillas que oferta este cantón, y generará la dinamización de la economía local y de esta manera Pallatanga también aportará al desarrollo económico y social del país (p. 76).

Finalmente, según Armijos & Moposita (2017), en su investigación titulada “Análisis de la oferta turística para las parroquias Malacatos y Vilcabamba, en la provincia de Loja”, concluyeron que: La creación de un catálogo de ofertas turísticas se destaca como una de las principales estrategias para posicionarse de manera efectiva ante turistas nacionales y extranjeros, generando expectativas positivas acerca del destino visitado. Asimismo, destacaron que la disponibilidad de información sistemática y detallada facilita una comprensión más clara y completa de la oferta turística. Además, se reconoce que el turismo, tanto a nivel local como internacional, representa una de las fuentes económicas más relevantes a nivel mundial, contribuyendo de manera significativa al desarrollo económico (p. 102).

## **1.2.Situación problemática**

El cantón Pallatanga, pese a sus variados recursos paisajístico y recreativos, donde se evidencia un problema específico referente al sector turístico, su limitada e inadecuada oferta, lo cual afecta de manera directa al desarrollo del turismo juntamente con sus participes en general, sumado a la ineficiente gestión y administración de las autoridades predecesoras y las de turno.

Actualmente, la economía se enfoca en la actividad agrícolas y ganadera y al sector de la construcción, lo cual es una fuente de ingreso de los pallatanguños; en los últimos años notamos una tendencia al crecimiento de los establecimientos de alimentación, como restaurantes y carretas en la vía principal que conecta a dos grandes ciudades como Guayaquil con Riobamba, razón por la cual Pallatanga es considerada una ciudad de paso, sumando un nuevo inconveniente a la problemática principal, para resumir; podemos decir que los atractivos son poco o nada aprovechados, razón por la cual no cuentan con la señalética adecuada, promoción y difusión, prestadores capacitados en el entorno, dando como resultado el nulo interés de potenciales visitantes y turistas que utilizan esta importante vía para el transporte y movilización de miles de ecuatorianos.

Los pocos turistas que se animan a visitar el cantón no disfrutan o disfrutan muy poco las actividades, la oferta turística y la gastronomía durante su estadía. Es ampliamente reconocido que los viajes generan un significativo impacto económico tanto directo como indirecto en las comunidades que los acogen. No obstante, es crucial destacar que este impacto se materializa a través de diversos factores, tales como: infraestructura, prestadores de servicios, recursos económico y humano, inversión e investigación y atractivos turísticos de calidad, estos factores deben estar en sintonía con las necesidades de los turistas locales y nacionales que visitan el cantón, buscando alcanzar un nivel óptimo de satisfacción. A pesar de lo anterior, es importante señalar que Pallatanga cuenta con recursos turísticos que hasta ahora han sido subutilizados.

## **1.3.Justificación teórica**

La investigación se enfocó en enriquecer el conocimiento existente acerca de las infraestructuras necesarias para fomentar el desarrollo turístico en el cantón Pallatanga, con el objetivo de mejorar la oferta turística. Los resultados obtenidos serán sistematizados para elaborar una propuesta con recomendaciones específicas destinadas a impulsar el turismo. Esta propuesta podría transformarse en una guía valiosa para las autoridades locales, empresarios turísticos y otros actores involucrados en el desarrollo de la región.

### **1.3.1. Justificación práctica**

Este estudio se centra en la necesidad de abundantes oportunidades turísticas en el cantón Pallatanga. Los principales beneficiarios serán los residentes locales, visitantes y turistas, y se espera que el proceso genere productos turísticos que contribuyan al desarrollo.

El propósito de este estudio es mejorar los servicios turísticos, a través de nuevos procesos que involucren a residentes locales, empresarios, estudiantes, etc.

### **1.3.2. Justificación metodológica**

Para realizar este estudio se desarrolló un diseño metodológico transversal y no experimental, donde se caracterizan por recopilar datos de una muestra en un solo momento en el tiempo, el cuanto al diseño no experimental no se alteró ninguna variable de estudio, simplemente se observan tal como están en el momento específico, por consiguiente, se elaboró dos tipos de investigación tales como, el correlacional donde permitió identificar si existe o no existe relación de las facilidades turísticas conjuntamente con la oferta del cantón Pallatanga, por otro lado el enfoque descriptivo se utilizó para caracterizar y describir las variables de estudio.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

- Determinar la relación que existe entre las facilidades y la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar la relación entre la accesibilidad y la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación entre infraestructura y la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.
- Determinar la relación entre los recursos y la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis general**

Las facilidades turísticas inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo

### **1.5.2. Hipótesis específicas**

- La accesibilidad incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo
- La infraestructura incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo
- Los recursos turísticos inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación**

#### **2.1.1. Epistemología - Facilidades turísticas**

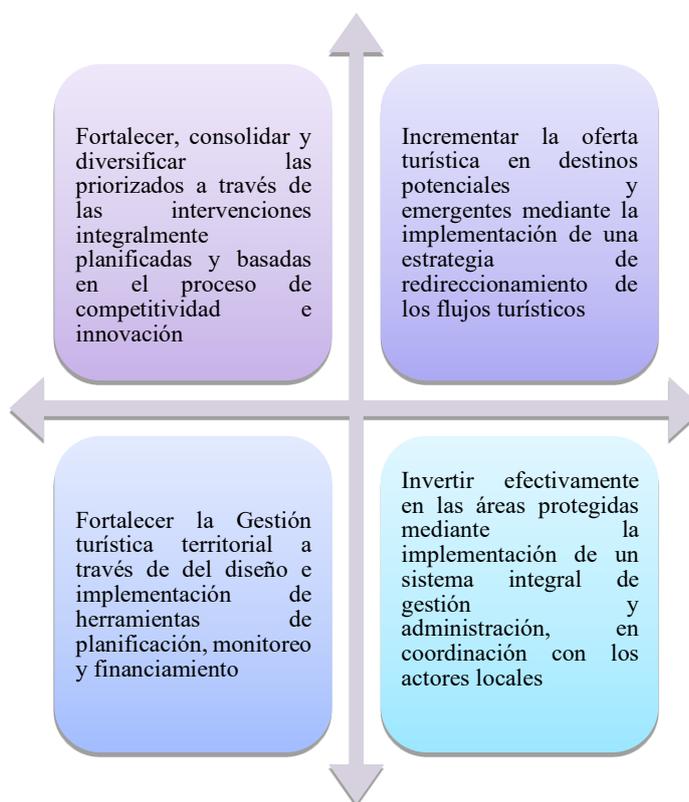
De acuerdo con Varisco (2011), las instalaciones complementan los atractivos ya que posibilitan la estadía y el disfrute “son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y alimentación de los turistas, así como distracciones, comodidades y servicios complementarios” (p. 27).

Citando a Sammarchi (2015), las instalaciones complementan y las atracciones que brindan una estadía placentera “son todas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y alimentación de los turistas, así como desvíos, comodidades y servicios complementarios” (p. 56).

En la siguiente figura se puede observar un esquema sobre las directrices necesarias de realizar para fortalecer la implementación de facilidades turísticas en Ecuador.

- Incrementar la oferta turística en destinos potenciales y emergentes mediante la implementación de una estrategia de redireccionamiento de los flujos turísticos
- Fortalecer la Gestión turística territorial a través de del diseño e implementación de herramientas de planificación, monitoreo y financiamiento
- Invertir efectivamente en las áreas protegidas mediante la implementación de un sistema integral de gestión y administración, en coordinación con los actores locales

**Figura 1** Directrices para fortalecer la implementación de facilidades turísticas



*Nota.* Adaptado de “Directrices necesarias para fortalecer la implementación de facilidades turísticas en Ecuador” (pp. 22-39), por C. Nasimba y M. Cejas, 2015, *Qualitas*, 10.

El esquema de la Ilustración 1, va en la línea del Programa Nacional de Destinos Turísticos de Excelencia, el cual pretende potenciar competitivamente la oferta turística del Ecuador a través de la consolidación y desarrollo de rutas, circuitos, destinos y atractivos turísticos priorizados, a fin de contribuir con la excelencia para el sector turístico permitiendo ofrecer a la vez mayores facilidades. Resulta importante destacar que no solo los componentes establecidos existen otros que también contribuyen a las facilidades del turismo que determinan inclusive su nivel de factibilidad en el uso y manejo de un producto turístico.

Finalmente, el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR, 2020), sostiene que, busca consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, mejorando la calidad de vida de su población y a la vez procurando satisfacción de la demanda turística, aprovechando las ventajas competitivas y elementos de unicidad del país; por ello, promueve la inversión en facilidades turísticas con la finalidad de potencializar las condiciones de la oferta turística nacional, fomentando el desarrollo local para generar oportunidades equitativas en el marco del buen vivir, invertir en servicios turísticos como clave para la calidad y oferta de productos turísticos.

### **2.1.2. Epistemología - Oferta turística**

Como señala la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017), la oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el

desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

Como expresa Socatelli (2016), la oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas.

De acuerdo con, CEUPE (2018), una oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente que desea realizar un viaje turístico, el objeto de la oferta turística es un consumidor, un turista. Por lo tanto, al planificar y desarrollar un paquete de servicios, es necesario identificar las necesidades reales del cliente y orientar la oferta a estas necesidades.

El contenido de la oferta turística también depende de las entidades que lo producen y lo reciben. Se sabe que, en la formación, venta y compra de productos turísticos se ven involucrados los:

- Operadores turísticos
- Proveedores de servicios turísticos (contratistas)
- Agentes de viajes
- Consumidores de productos turísticos

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Bases teóricas - Facilidades turísticas**

#### **a) Facilidades turísticas**

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2020), menciona lo siguiente que una facilidad turística, es un elemento espacial (arquitectónico) de complemento y apoyo, cuyo objetivo es dotar con infraestructura (social o física) y equipamiento (mobiliario, señalética, elementos comunicativos, etc.) al destino turístico, durante las diversas etapas de su vida (creación, perfeccionamiento y consolidación) a fin de reforzar la experiencia turística del público objetivo, minimizar el impacto ambiental y obtener componentes turísticos de alta calidad para convertirlo en un producto competitivo.

#### **a) Accesibilidad**

Según CEUPE (2018), menciona lo siguiente el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido y las condiciones de movilidad dentro de él, que incluye los siguientes aspectos: costo, comodidad y rapidez, los medios de transportes disponibles y confortables. Infraestructura: carreteras, aeropuertos, estaciones de tren o de autobús, etc.

**Accesibilidad motriz:** hace referencia a las condiciones que permiten al visitante con limitaciones en el control y movimiento de alguna parte de su cuerpo, un fácil acceso hacia el atractivo y consecuentemente un disfrute adecuado del mismo.

**Accesibilidad visual:** hace referencia a las condiciones que permiten al visitante con algún nivel de afectación visual el ingreso y disfrute adecuado en el atractivo.

**Accesibilidad auditiva:** hace referencia a las condiciones que permiten al visitante que presenta una condición de afectación auditiva el ingreso y disfrute adecuado en el atractivo.

**No es accesible:** no presenta condiciones para ser accedido por personas con alguna afección, sea motriz, visual o auditiva (MINTUR, 2020).

#### **b) Rutas de acceso**

Según Mamani (2016), argumenta que una ruta puede ser una carretera o camino, un recorrido o un itinerario turístico. Por su parte, es aquello relacionado con el turismo (la actividad que consiste en realizar un viaje y pernoctar en un lugar diferente al habitual, generalmente por ocio o placer).

#### **c) Señalización**

Para el Ministerio de Turismo (2020), 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. Además, es de carácter autodidáctico, entendiéndose éste como un modo de relación entre los individuos y su entorno. También, se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

#### **d) Senderos interpretativos**

Son infraestructuras organizadas que se encuentran en el medio natural, rural o urbano para facilitar y favorecer al visitante la realización y recreación con el entorno natural o área protegida donde se emplace el sendero (SECTUR, 2005).

Los senderos interpretativos se pueden plantear desde distintas perspectivas, resaltamos algunas de ellas: para racionalizar y reducir al mínimo el impacto humano en zonas naturales; como ejes de recuperación del patrimonio cultural e histórico, como recurso didáctico e interdisciplinario que favorece la educación ambiental y la recreación en el entorno natural, o para despertar sensaciones y percepciones de los visitantes, entre otras (SECTUR, 2005).

#### **e) Infraestructura**

Según Ramírez (2008), define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de esta los siguientes:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado.
- Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello

que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera.

#### **f) Equipamiento urbano**

Son dotaciones que la comunidad entiende como imprescindibles para el funcionamiento de la estructura social y cuya cobertura ha de ser garantizada colectivamente. Esto significa que los equipamientos son espacios que cumplen una doble función pues, además de proveer servicios esenciales, contribuyen en la construcción y en el fortalecimiento de la vida colectiva. Además, esto es posible si el equipamiento se concibe, desde el primer esquema de diseño, como un lugar que no solo debe prestar un servicio determinado, sino como un espacio para propiciar el encuentro, promover el uso adecuado del tiempo libre y generar sentido de pertenencia y orgullo a través de un alto valor estético (Hernández, 2000).

#### **g) Alojamiento**

Por consiguiente, La OMT (2014) considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios

#### **h) Vías de accesos**

Según la Constitución de la República del Ecuador y el COOTAD, los sistemas viales se encuentran agrupados de acuerdo con las competencias de los diferentes niveles de gobierno que las planifican y mantienen. El primer grupo está conformado por la red vial estatal, el segundo por la red vial provincial y el tercero por la red vial municipal hace referencia a la vía conectora por la cual se puede acceder al atractivo (Mintur, 2018).

**Acceso Terrestre:** Hace referencia al acceso principal al atractivo, indicando el tipo y estado de las vías terrestres.

Según la Constitución de la República del Ecuador y el COOTAD, los sistemas viales se encuentran agrupados de acuerdo con las competencias de los diferentes niveles de gobierno que las planifican y mantienen. El primer grupo está conformado por la red vial estatal, el segundo por la red vial provincial y el tercero por la red vial municipal.

- **Vías primarias:** Conectan cruces de frontera, puertos y capitales de provincia. Su tráfico proviene de las vías secundarias, debe poseer una alta movilidad, accesibilidad controlada y estándares geométricos adecuados.
- **Vías secundarias:** Son las que recolectan el tráfico de una zona rural o urbana para conducirlo a las vías primarias. Las vías secundarias reciben un nombre propio compuesto por las ciudades o localidades que conectan. Además de un nombre propio, un código compuesto por la letra E, un número de uno a tres dígitos.
- **Vías terciarias:** Red vial provincial secundaria: conectan cabeceras de parroquias y zonas de producción con los caminos de la red vial estatal y caminos vecinales de un reducido tráfico.

### **i) Recursos turísticos**

Según OMT (2017) , menciona que un recurso turístico es el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística.

### **j) Recursos naturales**

Para Perez (2013) ”son aquellos bienes que provee la naturaleza y que son utilizados por las personas ya sea para consumirlos directamente o bien para ser utilizados en algún proceso de producción” (p. 56).

#### **Recursos culturales**

Son todos aquellos elementos, objetos o hechos sociales que distinguen una cultura de otra, y poseen alguna característica de diferenciación relevante, susceptibles de ser puestos en valor, para motivar el desplazamiento de personas con la finalidad de satisfacer las necesidades de una demanda turística con fines culturales (Caldera, Cuberos, Cestary & Camacaro, 2000).

## **2.2.2. Bases teóricas - Oferta turística**

### **a) Oferta turística**

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2016).

### **b) Producto turístico**

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Por lo que, un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (OMT, 2017).

### **c) Atractivos turísticos**

El MINTUR (2020), corrobora que “es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico, es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio” (p. 78).

### **d) Facilidades turísticas**

Empleando las palabras de Sammarchi (2015), las factibilidades turísticas “son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor, sin ellas, el recurso turístico rara vez constituye un producto turístico y son el equipamiento de alojamiento, los servicios de

gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y /o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte” (p. 98).

#### **e) Servicio de Guianza**

El MINTUR (2020), se refiere al servicio de guianza brindado por una persona calificada con licencia debidamente autorizada y expedida por la autoridad competente, que conducen y dirigen a uno o más turistas nacionales o extranjeros. Se dispone de tres tipos: local, nacional y nacional especializado; dentro de este último se distingue entre cultura y aventura.

#### **f) Servicio de transporte turístico**

Para Castaño, Molina & Valencia (2016), el transporte turístico tiene sus propias características por ello el transporte es un factor indispensable para el producto turístico, puesto que representa el medio de llegar al destino, es un medio para el desplazamiento dentro del destino visitado, la propia atracción o actividad turística.

#### **g) Servicios de Alimentos y Bebidas**

Para MINTUR (2020), son los establecimientos dedicados a la elaboración y expendio de alimentos. En este campo se encuentran: restaurantes, cafeterías, bares y fuentes de soda. Por ende, en este casillero deberán colocarse el número de mesas (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo.

#### **h) Servicio de Operadores turísticos**

Según CEUPE (2018), es una entidad comercial (persona jurídica o empresario individual) que vende el producto turístico sobre la base de una licencia; organiza la creación, promoción y venta del producto turístico.

#### **i) Sitios Naturales**

Sus componentes estructurales están definidos por el clima, la topografía, la flora y la fauna, y otros recursos ambientales, y se integran a las funciones de un lugar que no han sido alteradas por la actividad humana. Entonces, la reserva natural se divide en los siguientes subsistemas: el de Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, de Áreas Protegidas Privadas, de Áreas Protegidas Comunitarias, de Áreas Protegidas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, entre otros (MINTUR, 2020).

#### **j) Manifestaciones culturales**

De acuerdo con Zorrilla (2020), “las manifestaciones culturales son, ante todo, una expresión de los valores, tradiciones, símbolos, creencias, edificaciones, objetos y modos de vida. Los creamos consciente o inconscientemente para identificarnos y de hecho nos identifican” (p. 49).

#### **k) Turistas**

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008).

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo de investigación**

#### **3.1.1. Investigación documental**

Como plantea Mérida (2021), implica el estudio de problemas con el objetivo de ampliar y profundizar en la comprensión de su naturaleza, apoyándose principalmente en trabajos previos, información y datos difundidos a través de medios impresos, audiovisuales o electrónicos.

En este contexto, es esencial destacar que toda investigación documental debe contar obligatoriamente con antecedentes y bases teóricas que respalden el tema de la presente investigación a través de libros electrónicos, artículos, revistas o anteriores trabajos de investigación con las variables de estudio a desarrollar.

#### **3.1.2. Investigación de campo**

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación, facilidades y oferta turística en el cantón Pallatanga, fue de gran importancia, dado que permitió realizar un acercamiento a la realidad del hecho, de una manera clara y veraz, las encuestas se aplicaron a la población económicamente activa (PEA) y los propietarios de los prestadores de servicios del cantón.

#### **3.1.3. Investigación cuantitativa**

En la realización de esta investigación se aplicaron técnicas estadísticas, recopilación de datos numéricos, muestras representativas, para recolectar información a través de las encuestas enfocadas al cantón Pallatanga.

### **3.2. Diseño de investigación.**

#### **3.2.1. No experimental**

Se trata de una forma de investigación en la que no se manipulan de forma intencional las variables independientes, permitiendo que se desarrollen de manera natural sin ninguna interferencia deliberada por parte del investigador. Este tipo de investigación se centra en la observación y el análisis de situaciones o fenómenos tal como se presentan en su entorno, sin intervención activa para cambiar las condiciones o factores que se están estudiando (Flores, 2020).

Para este proyecto se abordarán y analizarán estas variables, sin ninguna intervención deliberada destinada a alterar sus condiciones o características. Este enfoque de no manipulación garantiza que los hallazgos reflejaron con precisión la realidad de la oferta turística y las facilidades, lo que contribuyó a una comprensión más completa de este importante aspecto turístico del cantón Pallatanga.

#### **3.2.2. Transversal**

Se caracteriza por ser una modalidad de investigación observacional, que se enfoca en la evaluación individual de una o varias características (variables), en un punto específico en el tiempo. Esto implica que los datos son recolectados de manera simultánea en una

muestra representativa de la población en un momento determinado, lo que permite obtener un panorama instantáneo de la situación estudiada (Sánchez, 2014).

Este diseño de investigación analizó las variables independiente y dependiente, puesto que en el contexto de los estudios transversales, se pudo obtener datos sobre aspectos, como conductas o experiencias pasadas de las personas a las que se encuestó, proporcionando una valiosa información de las características en un momento dado que ayudaron a contextualizar la oferta turística, con esto se logró responder el principal problema de la investigación: ¿De qué manera se relaciona las facilidades y ofertas turísticas del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo?.

### **3.2.3. Diseño correlacional**

Este tipo de investigación proporcionó información sobre cuando un cambio en una variable está relacionado con las modificaciones que experimentan la otra variable, en el contexto de las facilidades y ofertas turísticas del cantón Pallatanga.

## **3.4. Técnicas de recolección de datos.**

### **3.4.1. Técnica**

**Encuesta:** Es una de las técnicas más utilizadas en una investigación, se aplicó la encuesta, para obtener la información sobre las facilidades y oferta turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

### **3.4.2. Instrumento**

**Cuestionario:** Se diseñó un formato para aplicar preguntas en escala de Likert, utilizando las dos variables, facilidades y oferta turística, tomando en cuenta las dimensiones y los indicadores de las mismas.

## **3.5. Población de estudio**

### **3.5.1. Población variable independiente – Facilidades**

Esta población de estudio se enfocó a la población económicamente activa del cantón Pallatanga.

### **3.5.2. Población variable dependiente - oferta turística**

Esta población se enfocó en los encargados de los establecimientos de AA&BB y de alojamiento dado que, según el catastro según MINTUR, se encontró un total de 6 establecimientos.

## **3.6. Tamaño de muestra**

### **3.6.1. Tamaño de muestra - Facilidades**

Se tomó como referencia al P.D.O.T. (2019), Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Pallatanga, donde menciona que dentro del PEA se ubican el total de 5261 personas del cantón, donde se aplicó un muestreo por conveniencia, puesto que, el cantón Pallatanga se encontró en estado de emergencia ocasionado por las fuertes lluvias y

deslizamiento de tierra que impide la movilización dentro del cantón, otro factor es la infraestructura vial de primer orden se encuentra cerrada temporalmente, dichos factores impiden la realización del trabajo de campo, por ende se aplicó a un total de 85 personas, llevándose a cabo de manera virtual.

### 3.6.2. Tamaño de muestra - Oferta turística

Para el tamaño de la muestra se seleccionó a propietarios de establecimientos que se encuentran catastrados según el MINTUR (2020), mismos que se encuentran detallados en la siguiente tabla:

**Tabla 1** *Selección de la muestra*

N.	Nombre comercial	Actividad	Clasificación	Categoría
1	Paradero Sabor Latino	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 Un Tenedor
2	D' Carlo	Alimentos y Bebidas	Restaurante	2 Dos Tenedores
3	La Posada de Flor	Alojamiento	Hostal	1 Una estrella
4	Le Coco	Alimentos y Bebidas - Alojamiento	Cafetería - Bar	1 Una Taza - 1 Una Copa
5	Milliguayco	Alojamiento	Hostería	5 Cinco Estrellas
6	Galloloma	Alojamiento	Casa de Huéspedes	Categoría Única

*Nota.* Adaptado de MINTUR (2020).

### 3.7. Validación de instrumentos

La validez, de acuerdo con Hernández-Sampieri (2018), se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir.

Para la validación de los instrumentos fue necesario obtener una aprobación por parte de 3 expertos catedráticos de la carrera de Gestión turística y hotelera.

**Tabla 2** *Validación de los instrumentos de evaluación*

N°	EXPERTO	FUNCIÓN
1	PhD. Diego Calvopiña	Presidente del proyecto de investigación
2	Mgs. Danilo Quintana	Miembro 1 del proyecto de investigación
3	Mgs. Andrea Garrido	Tutora del proyecto de investigación

*Nota.* Expertos de la validación de los instrumentos de evaluación, por Lasso (2023).

### 3.8. Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad empleando las palabras de Medina, Rojas, & Bustamante (2023), en un instrumento de investigación se relaciona con su habilidad para generar resultados

coherentes y precisos en cada instancia de uso bajo condiciones similares. Esto engloba la consistencia y estabilidad del instrumento.

Para verificar la confiabilidad de los instrumentos, se aplicó el coeficiente de alfa de Cronbach, bajo los siguientes parámetros de fiabilidad:

**Tabla 3** *Coeficiente Alfa de Cronbach*

<b>Coeficiente</b>	<b>Criterios</b>
Coeficiente alfa > 0.9	Excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Bueno
Coeficiente alfa > 0.7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Inaceptable

*Nota:* Coeficiente Alfa de Cronbach, por Hernández & Pascual (2018).

### 3.8.1. Confiabilidad variable independiente - Facilidades

**Tabla 4** *Estadístico Alfa de Cronbach de la variable independiente*

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,877</b>	8

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

Se puede concluir que el instrumento utilizado para medir la variable independiente muestra un grado de confiabilidad de 0,877, cumpliendo así con el criterio de aceptación establecido para la confiabilidad de Buena.

### 3.8.2. Confiabilidad variable dependiente - Oferta turística

**Tabla 5** *Estadístico Alfa de Cronbach de la variable dependiente*

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,806</b>	10

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

Se puede concluir que el instrumento utilizado para medir la variable independiente muestra un grado de confiabilidad de 0,806, cumpliendo así con el criterio de aceptación establecido para la confiabilidad de Buena.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados - Variable independiente

**Tabla 6** Análisis, interpretación y discusión de resultados - V. independiente

Nº	Ítems	Interpretación
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>		
		<p>A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p>
A	<i>Edad</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 16,28%, Menos de 25</li><li>● 53,49%, 26-35</li><li>● 16,28%, 36-45</li><li>● 13,95%, Más de 46</li></ul> <p>Se concluye que el porcentaje más alto es 53,49% equivalente a una edad de 26 a 35 años.</p> <p>Por medio de la encuesta aplicada a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p>
B	<i>Género</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Masculino, 55,81%</li><li>● Femenino, 44,19%</li></ul> <p>Se concluye que el valor más alto pertenece al género masculino con un 55%.</p>
C	<i>Nivel de educación</i>	<p>A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Primaria, 6%</li><li>● Secundaria, 43%</li><li>● Técnico/Tecnológico, 12%</li><li>● Tercer nivel, 33%</li><li>● Cuarto nivel, 3%</li></ul> <p>Se concluye que el valor más alto pertenece al nivel de educación Secundaria con el 43%.</p>

---

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

**D** *¿Cuál es su ingreso económico al mes?*

- Menos de \$ 100, 18%.
- Más de \$ 601, 18%.
- \$101-\$300, 11%.
- \$301-\$400, 19%.
- \$401-\$600, 31%.

Se concluye que el valor más alto pertenece al ingreso económico mensual de \$401-\$600, con el 31%.

---

## INFORMACIÓN ESPECÍFICA

---

### ACCESIBILIDAD

---

**1** *Rutas de acceso a los atractivos turísticos rurales para el desarrollo del turismo sostenible.*

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

- Necesario, 45%
- Muy necesario, 54%

Se concluye que el valor más alto pertenece al 54% el cual ha manifestado que es muy importante las rutas de acceso a los atractivos turísticos rurales para el desarrollo del turismo sostenible, dado que es aquello relacionado con el turismo, con la finalidad que el turista visite, realice diferentes actividades durante el viaje y pernoctar en el cantón Pallatanga.

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

- Necesario, 43%
- Muy necesario, 56%

**2** *Implementación de señalética turística con materiales ecológicos.*

Se concluye que el valor más alto pertenece al 56% el cual ha manifestado que es muy necesario la implementación de señalética turística con materiales ecológico, dado que se relaciona entre los individuos con su entorno para su orientación del espacio y lugar, para la mejor accesibilidad a los servicios requeridos por el turista con la finalidad de brindar mayor seguridad en los desplazamientos.

---

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

3 *Creación de senderos interpretativos para una mejor información turística.*

- Medianamente necesario, 1%
- Necesario, 43%
- Muy necesario, 55%

Se concluye que el valor más alto pertenece al 55% el cual ha manifestado muy importante a la creación de senderos interpretativos para una mejor información turística.

---

## INFRAESTRUCTURA

---

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

4 *Adecuado equipamiento urbano (Parques, plazas públicas y estacionamientos) para una alta satisfacción del cliente.*

- Medianamente necesario, 2%
- Necesario, 38%
- Muy necesario, 59%

Se concluye que el valor más alto pertenece al 59,30% el cual ha manifestado muy necesario el adecuado equipamiento urbano (Parques, plazas públicas y estacionamientos) para una alta satisfacción del cliente, dado que son espacios que proveen servicios para el disfrute del turismo.

---

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

5 *Capacitación y mejora continua en los servicios de alojamiento.*

- Medianamente necesario, 1%
- Necesario, 41%
- Muy necesario, 56%

Se concluye que el valor más alto pertenece al 56,98% el cual ha manifestado que es muy necesario la capacitación y mejora continua.

6 *Mejora y adecuación de las principales vías de acceso en el cantón para el crecimiento del sector turístico.*

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

- Necesario, 29%
-

- 
- Muy necesario, 70%

Se concluye que el valor más alto pertenece al 70,93% el cual ha manifestado muy necesario la mejora y adecuación de las principales vías de acceso en el cantón para el crecimiento del sector turístico, dado que hace referencia a las vías conectoras por la cual se puede acceder a los atractivos que posee el cantón.

---

## RECURSOS TURÍSTICOS

---

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

7 *Reactivación y protección de los recursos naturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.*

- Necesario, 44%
- Muy necesario, 55%

Se concluye que el valor más alto pertenece al 55,81% el cual ha manifestado muy necesario la reactivación y protección de los recursos naturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.

A través de la encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:

- Medianamente necesario, 1%
- Necesario, 43%
- Muy necesario, 55%

8 *Reactivación y protección de los recursos culturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.*

Se concluye que el valor más alto pertenece al 55% el cual ha manifestado muy necesario la reactivación y protección de los recursos culturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico dado que se debe impulsar la digitalización, regular el mercado de trabajo y promover de alianzas público-privadas en el cantón.

---

*Nota.* Análisis, interpretación y discusión de resultados de las encuestas aplicadas, por Lasso (2023).

## 4.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados - Variable dependiente

**Tabla 7** Análisis, interpretación y discusión de resultados - V. dependiente

N°	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
<b>DATOS GENERALES</b>		
1	<i>Edad</i>	<p>Por medio de la encuesta aplicada a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 26-35, 40%</li> <li>• Más de 46 años, 40%</li> <li>• 36-45 20%</li> </ul> <p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 40% correspondiente a una edad de 26-35 y más de 45 años.</p>
2	<i>Género</i>	<p>Por medio de la encuesta aplicada a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Femenino, 40%</li> <li>• Masculino, 60%</li> </ul> <p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 60% correspondiente al género Masculino.</p>
3	<i>Nivel de educación</i>	<p>Por medio de la encuesta aplicada a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercer nivel, 100%</li> </ul> <p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 100% el cual ha manifestado que mantiene un nivel de educación de tercer nivel</p>
4	<i>¿Cuál es su ingreso económico al mes?</i>	<p>Por medio de la encuesta aplicada a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• \$301 - \$400, 20%</li> <li>• \$401 - \$600, 20%</li> <li>• Más de \$ 601, 60%</li> </ul>

---

Se concluye que el valor más alto pertenece al 60% el cual ha manifestado que su ingreso económico es más de \$ 601.

---

## INFORMACIÓN ESPECÍFICA

---

### PRODUCTO TURÍSTICO

---

- A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:
- 1 *Creación de nuevos productos y destinos turísticos.*
- Innecesario 20%
  - Necesario 20%
  - Muy necesario, 60%
- Se concluye que el valor más alto pertenece al 60% el cual ha manifestado muy necesario la creación de nuevos productos y destinos turísticos,
- A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:
- 2 *Implementación de facilidades turísticas en los diferentes atractivos que posee el cantón Pallatanga.*
- Muy necesario, 100%
- Se concluye que el valor más alto pertenece al 100% el cual ha manifestado muy necesario la implementación de facilidades turísticas en los diferentes atractivos que posee el cantón Pallatanga.
- A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:
- 3 *Adecuada accesibilidad a diferentes atractivos turísticos y de esta manera facilite su ingreso.*
- Muy necesario, 100%
- Se concluye que el valor más alto pertenece al 100% el cual ha manifestado Muy necesario la adecuada accesibilidad a diferentes atractivos turísticos y de esta manera facilite su ingreso,

---

### SERVICIOS TURÍSTICOS

---

- 4 *Servicio de guianza en el cantón.*
- Por medio de la encuesta aplicada a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:
- Necesario, 40%
-

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Muy necesario, 60%</li> </ul> <p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 60% el cual ha manifestado muy necesario el servicio de guianza en el cantón,</p> <p>Por medio de la encuesta aplicada a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Medianamente necesario, 20%</li> <li>● Muy necesario, 80%</li> </ul>
5	<i>Servicio de Transporte en el cantón.</i>	<p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 80% el cual ha manifestado Muy necesario el servicio de Transporte en el cantón, dado que la mayoría de los destinos turísticos poseen servicios de transporte para satisfacer las necesidades de ubicación y disfrute de los turistas.</p> <p>A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Poco necesario, 20%</li> <li>● Necesario, 20%</li> <li>● Muy necesario, 60%</li> </ul>
6	<i>Implementación de señaléticas de alimentos y bebidas en el cantón para la satisfacción del turista.</i>	<p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 60% el cual ha manifestado muy necesario la implementación de señaléticas de alimentos y bebidas en el cantón.</p>
<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>		
		<p>A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Medianamente necesario, 20%</li> <li>● Muy necesario, 80%</li> </ul>
7	<i>Implementación de agencia de viaje en el cantón para brindar un mejor servicio y asesoría Turística.</i>	<p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 80% el cual ha manifestado muy necesario la implementación de agencia de viaje en el cantón para brindar un mejor servicio y asesoría turística.</p> <p>A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p>
8	<i>Conservación y preservación de los sitios naturales que posee el</i>	

---

<i><b>cantón para un turismo más sustentable.</b></i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Medianamente necesario, 20%</li> <li>● Muy necesario, 80%</li> </ul>
	<p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 80% el cual ha manifestado muy importante la conservación y preservación de los sitios naturales que posee el cantón para un turismo más sustentable.</p> <p>A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p>
<b>9</b> <i><b>Promoción y difusión de manifestaciones culturales en el Cantón.</b></i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Necesario, 20%</li> <li>● Muy necesario, 80%</li> </ul>
	<p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 80% el cual ha manifestado muy importante la promoción y difusión de manifestaciones culturales en el cantón.</p> <p>A través de la encuesta dirigida a propietarios de los establecimientos turísticos del cantón Pallatanga nos muestra los siguientes valores:</p>
<b>10</b> <i><b>Fomento de una conciencia turística y amigable con el medio ambiente en los turistas que visitan el cantón.</b></i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Innecesario, 20%</li> <li>● Muy necesario, 80%</li> </ul>
	<p>Se concluye que el valor más alto pertenece al 80% el cual ha manifestado Muy importante el fomento de una conciencia turística y amigable con el medio ambiente en los turistas que visitan el cantón.</p>

---

*Nota.* Análisis, interpretación y discusión de resultados de las encuestas aplicadas, por Lasso (2023).

### 4.3. Prueba de hipótesis

#### 4.3.1. Hipótesis general

##### *a. Planteamiento de hipótesis*

**H1:** Las facilidades turísticas inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

**H0:** Las facilidades turísticas no inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

**b. Establecer el nivel de significancia** = 0,05

**c. Estadístico de prueba p\_valor** = 0,082

**Tabla 8** Prueba de hipótesis general

Pruebas de chi-cuadrado			Sig. asintótica (2 caras)
	Valor	gl	
Chi-cuadrado de Pearson	5,000a	2	<b>,082</b>
Razón de verosimilitud	5,004	2	,082
Asociación lineal por lineal	3,063	1	,080
N de casos válidos	5		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**d. Lectura de p\_valor** = 0,088

##### *e. Toma de decisiones*

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia (0,05 = 5%), indica que el P valor = 0,082 >  $\alpha = 0,05$  por lo tanto se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0).

“Las facilidades turísticas no inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”.

### 4.3.2. Hipótesis específica 1

#### a. Planteamiento de hipótesis

**H1:** La accesibilidad incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

**Ho:** La accesibilidad no incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

**b. Establecer el nivel de significancia** = 0,05

**c. Estadístico de prueba p\_valor** = 0,151

**Tabla 9** Prueba de chi – Cuadrado, Hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	6,667 <sup>a</sup>	4	,155
Razón de verosimilitud	6,730	4	,151
Asociación lineal por lineal	,313	1	,576
N de casos válidos	5		
a. 9 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.			

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**d. Lectura de p\_valor** = 0,155

#### e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia (0,05 = 5%), indica que el P valor = 0,155 >  $\alpha$  = 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0).

“La accesibilidad no incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”.

### 4.3.3. Hipótesis específica 2

#### a. Planteamiento de hipótesis

**H1:** La infraestructura incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

**H0:** La infraestructura no incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

b. Establecer el nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba  $p\_valor = 0,328$

**Tabla 10** Prueba de chi – Cuadrado, Hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			Sig. Asintótica
	Valor	gl	(2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	1,875 <sup>a</sup>	2	,392
Razón de verosimilitud	2,231	2	,328
Asociación lineal por lineal	1,250	1	,264
N de casos válidos	5		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

d. Lectura de  $p\_valor = 0,392$

#### e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia ( $0,05 = 5\%$ ), indica que el  $P\ valor = 0,392 > \alpha = 0,05$  por lo tanto se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0).

“La infraestructura no incide en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”.

### 4.3.4. Hipótesis específica 3

#### a. Planteamiento de hipótesis

**H1:** Los recursos turísticos inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

**H0:** Los recursos turísticos no inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

b. Establecer el nivel de significancia = 0,05

c. Estadístico de prueba  $p\_valor = 0,328$

**Tabla 11** Prueba de chi – Cuadrado, Hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			Sig. Asintótica
	Valor	gl	(2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	1,875 <sup>a</sup>	2	,392
Razón de verosimilitud	2,231	2	,328
Asociación lineal por lineal	1,250	1	,264
N de casos válidos	5		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

d. Lectura de  $p\_valor = 0,392$

#### e. Toma de decisiones

Mediante el cálculo de Chi Cuadrado, se considera la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia ( $0,05 = 5\%$ ), indica que el  $P\ valor = 0,392 > \alpha = 0,05$  por lo tanto se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0).

“Los recursos turísticos no inciden en la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”.

#### **4.4. Discusión de resultados**

Con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas realizadas, se evidencio que no inciden las facilidades turísticas en la oferta turística del cantón Pallatanga. La mayor parte de la población considera muy importante mejorar las facilidades y los senderos, por lo que se optó por realizar un análisis FODA para saber la situación actual del cantón Pallatanga.

### **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

- No existe relación significativa entre las facilidades y oferta turística, las facilidades que existen en el cantón no alcanzan el mínimo establecido, por lo cual las actividades ofertadas se limitan y en algunos puntos no se desarrollan por completo afectando a la actividad turística.
- No existe una relación entre la accesibilidad y oferta turística, por lo que el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido debe presentar condiciones adecuadas, de comodidad, rapidez y seguridad. Sin embargo, la red vial principal es más crítica, ya que se agrava más, resultados de las fuertes lluvias causando deslaves o roturas de puentes, falta de mantenimiento e interés por parte de las autoridades Gubernamental, posteriormente interrumpiendo las actividades de comercio y turismo.
- La infraestructura no se relaciona con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo; viéndose la necesidad de mejorar la infraestructura del cantón siendo puntos principales para el desarrollo socioeconómico de la localidad; mejora y mantenimiento continuo de la vía de acceso, implementar la señalética de mayor afluencia, cumpliendo con el nivel de satisfacción de los turistas.
- Los recursos turísticos no se relacionan con la oferta turística, ya que es necesario conservar y mantener los recursos naturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo sustentable y sostenible, dado que la protección del medio ambiente nos garantiza y asegura una regulación y soporte de la vida, con la finalidad de generar empleos, acompañados del crecimiento económico a través del turismo.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las autoridades del GAD y comunidades trabajen de manera articulada para crear alianzas estratégicas, propuestas, programas, proyectos y actividades esto no solo ayudará a mejorar la oferta turística, sino que también contribuirá al desarrollo económico, turístico y al bienestar de la comunidad local
- Así mismo, se recomienda que las autoridades local, provincial y nacional, generar políticas públicas para el mejoramiento y mantenimiento de las vías de primer y segundo orden que permitan una mejor movilidad y seguridad a los ciudadanos y garantice el cumplimiento del mismo.
- Por otra parte, se recomienda a las autoridades del GAD, destinar presupuestos, rubros específicos, encaminado a la mejora continua de equipamientos urbanos del cantón para mejorar la oferta turística. Así también involucrar los prestadores de servicio, autoridades y la población para realizar capacitaciones y mejora continua en los servicios turísticos, el cual nos permite tener una conciencia turística y satisfacer las necesidades de una demanda más exigente.
- Por último, se recomienda aprovechar los diferentes recursos turísticos existentes, crear o implementar productos nuevos e innovadores puesto que son capaces de atraer por sí mismos a los turistas haciendo así posible realizar actividades para mejorar la oferta del cantón Pallatanga.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA**

### **6.1. Título de la propuesta**

Diseño de un producto turístico para diversificar la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

### **6.2. Introducción**

Según la OMT (2022) "El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo" (p. 3).

Se ha visto en la necesidad de incorporar productos nuevos e innovadores para públicos más segmentados, cabe recalcar que actualmente la demanda es más exigente lo que ayuda a tener un producto de calidad cumpliendo con las expectativas de los turistas y lo más importante es la satisfacción del cliente con el producto ofrecido posteriormente obtener y mantener una posición dentro del mercado.

Sin embargo, es fundamental el diseño de un producto turístico para diversificar la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo; aquello permite a conocer los diferentes atractivos naturales y culturales, tradiciones, costumbres, gastronomía y la diversidad de flora y fauna, crear paquetes combinados con los factores antes mencionados, innovadores y rentables que brindan múltiples opciones para su disfrute, con experiencias únicas en contacto con el medio ambiente, contribuyendo al desarrollo del turismo y la economía de la localidad, así también se logra alcanzar los objetivos del Desarrollo Sostenible donde menciona mejorar la calidad de vida de las personas, fomentando la identidad; usar actividades turísticas en el marco del turismo sostenible y sustentable, bajo los principios de convivencia, tolerancia y respeto.

### **6.3. Objetivos**

#### **6.3.1. Objetivo general**

Diseñar un producto turístico para diversificar la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

#### **6.3.2. Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.
- Determinar la metodología para el diseño de un producto turístico del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.
- Establecer estrategias de marketing para la comercialización de producto Turístico diseñado.

## **6.4 Desarrollo de la propuesta**

Diagnostico situacional del cantón Pallatanga

### **6.4.1 COMPONENTE FÍSICO – ESPACIAL**

#### **✚ Reseña histórica**

Los pallatanguños, primogénitos de esta hermosa tierra, recibieron influencia de culturas como la Panzalea, Lausí, Cañari y Yaguachi. El mejor testimonio de este pasado glorioso está en el Pucará de San Nicolás y en las tolas de los Llanos. El cantón Pallatanga, en la época incásica se encuentra ligada con Túpac Yupanqui y Huayna Cápac, en la época de la colonia tuvo interminables selvas de quinua, cuyo producto se enviaba a Europa. Igualmente, sus minas de oro y plata rivalizaron con las mejores del Perú, así mismo los españoles establecieron las primeras plantaciones de caña y los primeros ingenios de azúcar, el mismo era uno de los productos más finos de la época. La historia de Pallatanga está matizada de aspectos económicos, sociales, costumbres, personajes populares, leyendas, tradiciones, festejos, hombres de cultura y arte hechos que conmovieron al pueblo y que se mantienen vivos en el paso de la historia pasando de generación en generación haciéndolo un cantón lleno de historia, cultura y tradición (PDOT Pallatanga, 2021).

#### **✚ Origen y significado**

Doña Romelia cuenta que el nombre de Pallatanga se dio por el tiempo de los Incas, justamente en el Cusco la capital del Tahuantinsuyo había una jovencita que se llamaba Palla, y en nuestro territorio en el Reino de Quito en esa época, los Caras, los Panzaleos, los Puruhás en la provincia de Chimborazo, que eran dueños de todos estos sectores, Atahualpa que era un hombre fuerte, aguerrido y valiente que en ese tiempo estuvo reinando desde Quito, se dice que la princesa Palla venía destinada para ser esposa de Atahualpa, que viajaba desde el Cusco en Andas de oro, cargada por su vasallos, que después de tanto tiempo que llevaban viajando llegaron a una hacienda llamada Sucuso, donde construyeron un palacio para que se hospedara la princesa Palla, en donde aún hay restos de esa construcción de paredes de adobe, la princesa venía acompañada de un ejército, era tan lista, tan inteligente que ordenaba a las tropas, y ahí paso en una buena temporada en ese sector, también hay un camino hacia el río Coco donde dicen se bañaba la princesa, entonces el nombre proviene de Palla que era el nombre de la princesa, y Tanga que significaba empuja porque venía cargada por sus vasallos en andas de oro (PDOT Pallatanga, 2021).

#### **✚ Cantonización**

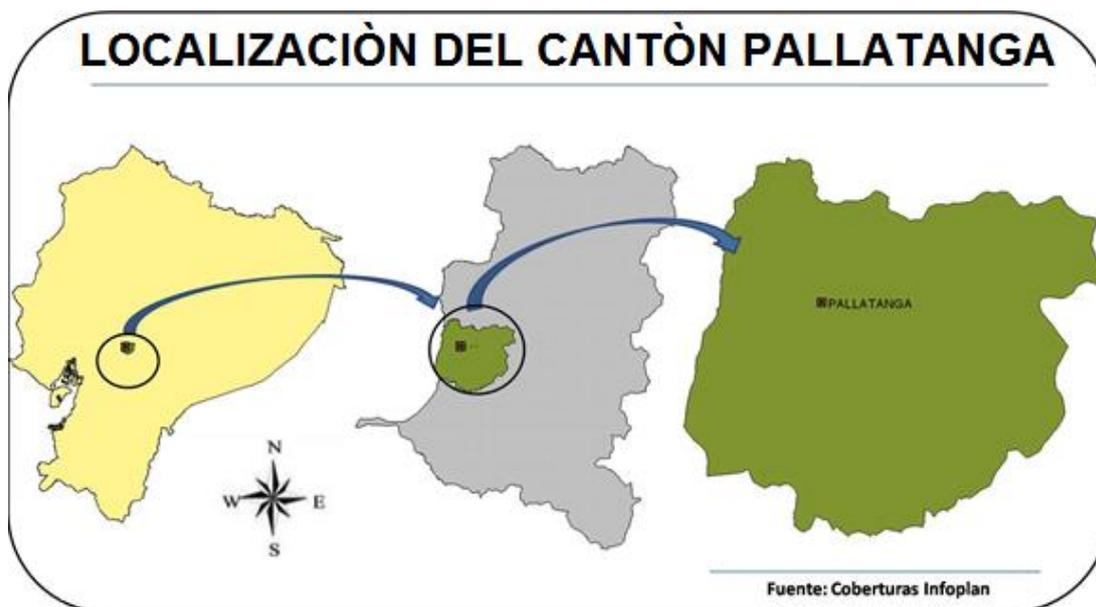
La cantonización, constituyó el hecho histórico más importante en la vida de Pallatanga; fue un paso político hacia el progreso que como todo pueblo aspiraba. Un sueño que se hizo realidad el día 13 de mayo de 1986, expedido mediante ley N° 26, publicado en el registro Oficial N° 434 que se crea el cantón Pallatanga, gracias al apoyo y gestión de un grupo de pallatanguños, diputados y las fuerzas vivas de Pallatanga (PDOT Pallatanga, 2021).

## ✚ Ubicación

El cantón Pallatanga se encuentra ubicado entre la zona tropical y la sierra ecuatoriana a 96 km al suroeste de Riobamba (2 horas aproximadamente) y 118 km al noroeste de Guayaquil (3 horas aproximadamente) en las estribaciones de la cordillera occidental (PDOT,2020).

## ✚ Geografía del cantón Pallatanga

Figura 2 Localización del cantón Pallatanga



Nota. Adaptado de Cobertura Infoplan Pallatanga (2020).

## ✚ Límites

- **Norte:** Cantón Colta-Provincia de Chimborazo
- **Sur:** Cantón Alausí-Provincia de Chimborazo
- **Este:** Cantón Guamote-Provincia de Chimborazo
- **Oeste:** Cantón Chillanes-Provincia de Bolívar

## ✚ Extensión

Pallatanga tiene un área de 37.896,96 hectáreas. (378.969,6 KM<sup>2</sup>), distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 12 Extensión

	Extensión
Protección y conservación	23.191,96 Ha.
Agrícolas	2635,02 Ha.
Agrícolas pecuarias	5186,66 Ha.
Pecuarias	6828,25 Ha.
Antrópicas.	57,06 Ha.

*Nota.* PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

## **ACCESO DE SERVICIOS SOCIALES**

### **✚ Educación**

En el cantón Pallatanga, existen 15 unidades educativas activas en el sector rural, y 4 en el sector urbano, cerradas en todo el cantón 9, debido al proceso de unificación de las instituciones educativas iniciada en el 2014 hasta el 2016 (PDOT,2020).

### **✚ Salud**

En lo referente a los Sub-Centros de Salud tanto del Ministerio de Salud Pública y del Seguro Campesino, especialmente en las comunidades de Jalubí y Trigoloma son muy limitados, no provee la demanda de los usuarios y ha empeorado los servicios de atención. En las instituciones del seguro campesino apenas hasta la actualidad se mantiene con un médico de 1 a 2 días por semana, y una enfermera con horario de ocho horas de trabajo. En muchos de los casos cuando los pacientes empeoran en su estado de salud, es muy difícil obtener una consulta especializada, y, en el peor de los casos no se obtiene la atención con un especialista (PDOT Pallatanga, 2021).

## **ACCESO A LOS SERVICIOS BÁSICOS**

### **✚ Acceso al servicio de agua potable**

El área urbana al rededor del 81% de viviendas se abastece de agua por la red pública, y el 18% de vertientes; mientras que el 1% corresponde a extracción de agua de pozos. Para el caso del área rural, el 48 % corresponde a viviendas con red pública comunitaria, el 48% se abastece de vertientes comunitarias y privadas, y un mínimo porcentaje corresponde se abastecen por pozo (PDOT Pallatanga, 2021).

### **✚ Acceso al servicio de energía eléctrica**

El 10% de hogares en el sector rural no disponen del servicio de energía eléctrica, lo cual hace necesario optar por otras alternativas para dotar a estos hogares del servicio, como son: utilización de generadores de energía, combustibles fósiles obtenidos para iluminación entre otros. El 6% del área urbana no dispone de este servicio ya que se establece viviendas inhabitadas por razones de migración. La cobertura de energía eléctrica en el cantón hasta el momento se considera eficiente, cubriendo un gran porcentaje tanto en la parte urbana como en la rural (PDOT Pallatanga, 2021).

### **✚ Acceso al sistema de alcantarillado**

Según el PDOT Pallatanga (2021), el área urbana el 82 % de viviendas eliminan las aguas servidas a través del alcantarillado, mientras que un 12% corresponden a pozos ciegos y el 6% corresponde a otros; situación distinta se manifiesta en el área rural, pues el 27% de las viviendas disponen del servicio de alcantarillado debido a que se han elaborado

artesanalmente sin tomar en cuenta un diseño hidráulico propio para cada sector, y un 63% elimina las aguas residuales en los pozos ciegos, donde es la mayor parte dentro del Cantón.

#### **Acceso al sistema de recolección de basura**

El área urbana el 85 % de la basura se elimina por medio del carro recolector, en el área rural solo el 29% se lo hace a través de este medio, seguido por 55,8% en el mismo sector, que manifiestan que quema la basura, afectando al medio ambiente por la contaminación que se produce (PDOT Pallatanga, 2021)

### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

#### **Televisión Satelital (Cable)**

El cantón cuenta con este servicio las 24 horas del día, el mismo que pertenece a la empresa privada la cual cubre la mayor parte de la población, a un costo de 10 dólares mensuales por un plan unificado (PDOT Pallatanga, 2021).

#### **Empresas Radiodifusoras**

El PDOT Pallatanga (2021), menciona que se tiene la presencia de la emisora RADIO PRIMAVERA FM 98.5, con alcance en la zona urbana y algunas comunidades, emitiendo señal las 24 horas al día

#### **Electricidad**

Pallatanga recibe el servicio de energía eléctrica del Sistema Nacional Interconectado, comercializado a través de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A., a un costo de 9.3 centavos de dólar el KW, para el sector residencial; mientras que para el sector comercial es de 2 centavos más (PDOT Pallatanga, 2021).

#### **Telefonía**

La zona urbana según el PDOT Pallatanga (2021), al 2020 tiene una cobertura de cuatro redes de telecomunicación, que son CLARO, MOVISTAR, TUENTI, CNT, con una cobertura del 70% con las cuatro operadoras, y en el sector urbano, CNT y Claro abarcan un 4%, el sector rural.

#### **Internet**

El PDOT Pallatanga (2021), menciona que el servicio de internet es relativamente bajo, en la zona urbana solo se registra en 46 lugares: en el GAD municipal, instituciones financieras públicas y privadas, comercio, pequeña industria. Las empresas proveedoras de este servicio en el cantón son CNT y Claro.

#### **Transporte**

El cantón Pallatanga cuenta únicamente con servicio de Transporte Comercial, el cual trabaja de acuerdo con el requerimiento de los usuarios, por lo que estas modalidades de transporte no trabajan con rutas ni frecuencias; el servicio de transporte Escolar e Institucional presta sus servicios mediante contratos (PDOT Pallatanga, 2021).

#### **Vías de accesos**

De acuerdo con el PDOT Pallatanga (2021), en el cantón Pallatanga existen vías de comunicación que ayudan a mejorar la movilidad de tráfico vehicular tanto interno y externo, teniendo como arteria principal la carretera Panamericana que atraviesa el cantón en una longitud de 34.69 km su estado vial calificado de regular en tiempo de verano y malo. Existe una longitud de 10,158 km vías de adoquinado alto tráfico. Existe 23.5 km de vías en el área urbana, de los cuales el 56 % son vías lastradas y de tierra. Aproximadamente la cobertura superficial de vías se estima en un 78%

### **6.4.2 COMPONENTE ECOLÓGICO - TERRITORIAL**

#### **Información climática**

La temperatura media del cantón Pallatanga es de 18,5°C. Por su ubicación geográfica su clima es agradable, presentando variedad en su vegetación y cultivos

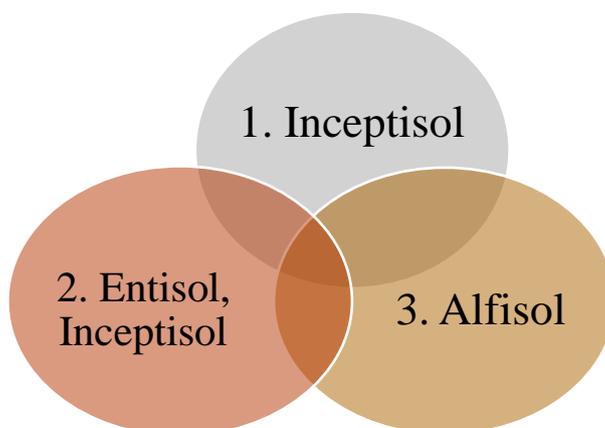
#### **Precipitaciones**

La precipitación promedio anual del cantón Pallatanga fluctúa entre los 500 y 1.000 mm.

#### **Suelo**

Pallatanga cuenta con los órdenes de suelo (siguiendo la clasificación de la Soil Taxonomy) más frecuentes que se encuentran en el cantón son:

**Tabla 13** *Componentes ecológicos*



*Nota.* PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

#### **Hidrografía**

El (PDOT Pallatanga, 2021), menciona que el principal sistema hidrográfico se encuentra conformado por el río Chimbo, al cual afluyen, entre otros, los ríos Maguado y Pindorata o Ñacoto. Este último río se forma de la afluencia de los ríos Pangor y Panza. A su vez el río Citado confluyen el Coco, Guitchichy, Capata, Chayahuán, los Santiagos, Bisniag y Mocata, la mayoría de los ríos están alimentados por una serie de quebradas, riachuelos, cascadas y chorreras.

## ECOLOGÍA

### Flora

La flora del cantón Pallatanga se encuentra conformada por el 68% de plantas medicinales y alimentación, el 13% son especies maderables nativas de la zona, pero existen especies introducidas como el eucalipto y el pino mismas que fueron ubicadas en la zona alta del cantón con fines de explotación maderera. Pallatanga además tiene entre sus especies más importantes a las orquídeas y bromelias, su naturaleza en general es silvestre sin que denote un cultivo de producción masiva para el comercio (PDOT Pallatanga, 2021).

### Fauna

Entre las principales especies encontradas dentro del cantón Pallatanga desde los 1000 msnm a los 4357 msnm son los siguientes:

**Tabla 14** *Fauna dentro del cantón Pallatanga*

Tipo	Clasificación
<b>Mamíferos</b>	Guanta, zorro, murciélago, venado, armadillo, guatusa, raposa, puerco espín, tigrillo, cusumbo, ardilla, puerco zahino, osos.
<b>Aves</b>	Pato silvestre, gavián, garza blanca, huirachuro, tortola, garrapatero, jilguero, azulejo, golondrinas, gorrión, loro, carpintero rojo, lechuza, perdiz, quinde o colibrí, mirlo.
<b>Herpetofauna</b>	Serpientes equis y mata caballo, chonta, coralillo, jerga, lagartijas, sapos y ranas.
<b>Ictiofauna</b>	Preñadillas, boca chico y truchas de manera esporádica y limitada.

*Nota.* PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

## Atractivos turísticos del cantón Pallatanga

**Tabla 15** *Atractivos turísticos del cantón Pallatanga*

N°	Comunidad/ Sector	Nombre	Descripción	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Estado
1	San Francisco de Trigoloma	Las tres Marías	El mirador es denominado por los habitantes del sector como Las Tres Marías, debido que colinda con la propiedad perteneciente a la familia Martínez.	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Regular
2	El Zarate	Zarate	Situada en un lugar estratégico del cantón, tiene una amplia visión hacia los cuatro extremos de Pallatanga, se pueden ver varias comunidades, y panorámica el valle de Pallatanga, también remanentes de bosque nativo y la cascada de Santa Rosa	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Regular
33	Santa Ana Norte	Las Almas	La cascada se encuentra en un remanente de bosque nativo. La cascada tiene dos caídas, la primera de aproximadamente 6 m y la segunda de 50 m, el ancho es de 2 metros.	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Regular
44	Santa Ana Norte	Santa Rosa	Salto de agua de aproximadamente 8 m de caída, sobre una roca sólida un poco irregular, un ancho aproximado de 1.5 m, cuenta con aguas cristalinas. Además, cuenta con un centro de interpretación turística.	Sitio Natural	Río	Cascada	III	Regular
55	Santa Ana Norte	Santa Teresita	Cascada de 6 saltos, desde la parte más alta el recorrido de las aguas es sobre un declive rocoso y empinado de 30m x 3m de ancho, formando un pailón de 4 m de diámetro. Luego se divisa una caída de 17 m con un	Sitio Natural	Río	Cascada	III	Regular

			trcho de 1m, ampliándose en la parte más baja, de allí continúa una serie de saltos pequeños sumando entre los 6 un total de 65 m, cada una formando pailones en su descanso					
66	Santa Ana Sur	Chazazal	Atractivo conjugado con un impresionante recurso paisajístico en su recorrido, entre otros se puede observar el río Coco y el bosque a sus orillas, resaltando el tallo blanco de la Jigua, una vez llegada a la cima del mirador se puede apreciar la topografía irregular del cantón y localidades.	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Buena
77	San Jorge Alto	San Vicente	Atractivo conjugado con un impresionante recurso paisajístico en su recorrido, entre otros se puede observar el río Coco y el bosque a sus orillas, resaltando el tallo blanco de la Jigua, una vez llegada a la cima del mirador se puede apreciar la topografía irregular del cantón y localidades como Multitud, Las Rosas, El Salado, Sillagoto, Puente Sal Si Puedes, etc. Además, si no está despejado se puede observar un impresionando colchón de nubes que combinados con las palmas se asemeja a un paisaje de la costa.	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Buena
88	San Jorge Bajo	San Jorge Bajo	La cascada cuenta con 2 saltos, la primera aproximadamente de 5m y la segunda de 10m, por un ancho aproximado de 2m, el caudal es considerable, las aguas libres de contaminación, cristalinas, cerca del pailón se encuentra una roca grande que adorna el paisaje, el lecho del cauce es rocoso y sólido, rodeado de un atractivo bosque nativo, para acceder hacia las otras caídas se necesita de mayor tiempo y existe un tanto	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Buena

			de dificultad, pero con una aproximación se puede calcular 80m de caída entre todos los saltos.					
99	Sillagoto	Sillagoto/El Dorado	Hostería “Sillagoto Camping”, lugar de complemento para la cascada “El Dorado” (El nombre de la cascada se debe a la presencia de un mineral de color dorado y los pobladores de la localidad lo llaman soroche). La cascada recorre por un lecho de roca sedimentaria con un declive empinado de dos caídas, la primera de 2.5 m x 1 m de ancho, y la segunda es de aproximadamente 13 m x 1 m de ancho, tiene poco caudal.	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Regular
110	Guangashi la Tigrera	Guangashi (San Nicolás)	La cascada cuenta con 3 saltos de agua aproximadamente el primero de 15 m, y suman un total de 50 m por un ancho aproximado de 2.5 m, la cantidad de caudal es fuerte sobre todo en invierno es más fuerte.	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Buena
111	Balazul	Balazul	Atractivo localizado al Sureste de la ciudad, de fácil accesibilidad es un punto estratégico para observar la ciudad de Pallatanga, su geomorfología montañosa, y comunidades como Las Almas, Santa Ana Norte y Sur, Chazazal y la vista panorámica de la Panamericana, todo ello conjugado con el sonido de algunos insectos y el murmullo del río Coco, adecuado para recibir viento fresco, y disfrutar de un momento de paz y tranquilidad	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Buena
112	Jalubí	El corazón	Es un remanente de Bosque nativo, compuesto por grandes árboles como el olivo, motilón, Chicharrón, etc.	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	II	Excelente

---

Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
						Influenciado por la ubicación geográfica, el clima y el suelo, se ha desarrollado una selva estratificada, las coronas de los árboles forman un dosel continuo, sobre el cual sobresalen las copas de 33 N° los árboles grandes (de 30 m a 35 m aproximadamente) de forma ocasional.	
<b>113</b>	<b>Yaguarcocha</b>	El Paraíso	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	Es un remanente de bosque nativo de aprox. 150 has, ubicado entre las comunidades de Yaguarcocha y Palmital, de prominente cobertura vegetal, compuesto por diferentes especies de flora como el palmito, la Jigua, el canelo, cascarilla, entre otros, también existen especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas). Los árboles de tamaño medio constituyen un estrato intermedio bastante continuo, el bosque no es muy denso y se puede transitar con facilidad. Se puede divisar algunas especies de aves y de insectos.	III Regular
<b>114</b>	<b>Guaro</b>	Guaro	Sitio Natural	Rio	Cascada	Partiendo de la ciudad de Pallatanga por un camino de segundo orden, cruzando el barrio San Francisco tomamos el desvío que nos lleva a la Hostería El Pedregal, muy cerca de este en Km 1.6 se pasa por la comunidad Pilchipamba, posteriormente en el Km 2 se pasa por la entrada a la Hostería, de allí el camino es de tercer orden, pero en buen estado, en el Km 5 se encuentra el puente del Río Coco, y finalmente en el Km 6.4 está la cascada de Guaro, junto al carretero.	II Regular

---

<b>115</b>	<b>Guaro grande</b>	Guaro grande		El bosque se ubica en una quebrada amplia, donde se puede observar paisajes típicos de la zona montañosa y de topografía irregular. Es un manojo verdoso con plantas de hojas perennes, principalmente de especies arbóreas como: cedro, canelo, 35 N° Comunidad/sector Nombre Categoría Tipo Subtipo Jerarquía Descripción Fotografía arrayán, palo blanco. También encontramos especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas, entre otras).	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	II	Regular
<b>116</b>	<b>San Juan de Trigoloma</b>	La Soledad (Virgen del agricultor)		La cascada se encuentra en medio de una vegetación verdosa, y gracias a la misma sus aguas se mantienen constantemente alimentadas, sin embargo, es de poco caudal, el salto de agua es de 15 m por 1.5 m de ancho, su lecho forma una especie de canal bien definido, con una saliente a un costado debido a la conglomeración de un mineral que los pobladores de la localidad la llaman licamancha.	Sitio Natural	Rio	Cascada	II	Regular
<b>117</b>	<b>San Miguel de Jipangoto</b>	San Miguel (Virgen del agricultor)		La cascada cuenta con 1 salto de agua aproximadamente de 10 m, por un ancho aproximado de 1.5 m, la cantidad de caudal depende de acuerdo con la época del año así pues en invierno es más fuerte y en verano disminuye, así también junto a la cascada se puede encontrar una pequeña gruta donde descansa la imagen de un virgen bautizada como “La Virgen del Agricultor”.	Sitio Natural	Rio	Cascada	II	Buena

<b>118</b>	<b>Cabecera Cantonal Pallatanga</b>	Cornelio Dávalos	El puente Cornelio Dávalos es conocido como el puente "Salsipuedes" por estar situado sobre la quebrada que lleva ese nombre. El puente fue inaugurado a fines de 1971.	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	II	Bueno
<b>119</b>	<b>Cabecera Cantonal Pallatanga</b>	Gastronomía	La gastronomía típica de este hermoso cantón se la puede encontrar al filo de la carretera.	Manifestación Cultural	Acerco cultural y popular	Gastronomía	II	Bueno

*Nota.* Gad municipal de Pallatanga-PDOT, 2019, por Lasso (2023).

### 6.4.3 COMPONENTE SOCIOCULTURAL

#### Población

Según INFOPLAN (2010), Pallatanga cuenta con 7.534 habitantes, población mestiza que corresponde al 65.25%, indígenas por autodefinición el 30.87% que corresponde a 3557 habitantes el 65% pertenecen a la nacionalidad Puruhá, el 25% al Kichwa de la sierra y el 10% a las nacionalidades: Otavalos, Shiwiar, Shuar, Andoa, Waranka, Kañari y Saraguro; se definen como blancos 315 habitantes, que comprende el 2.72%; 67 afrodescendientes, 0.58%; 25 montubios, 0.22% y a otras nacionalidades El 0.36%. Según encuesta realizada de los indígenas auto identificados del cantón hablan el idioma kichwa en su mayoría y los dos idiomas (Kichwa y el español) el 61.17%, se encuentran distribuidas en 22 comunidades.

#### Cultura, tradición e historia de cada comunidad y barrio

En lo referente a los patrimonios tangibles e intangibles se trata de dos términos muy sencillos pero significativos para clasificar la herencia cultural de cada uno de los barrios y comunidades del cantón, permitiendo la conservación de la cultura de cada uno de los sectores dando el valor histórico y tradicional que merecen (PDOT Pallatanga, 2021).

#### Tradiciones comunitarias

Aún se observa la solidaridad y unión. Sus habitantes van perdiendo sus tradiciones como las mingas y también conocidas como “CAMBIAMANOS” o apoyo para actividades agrícolas y de la construcción, que luego es retribuido ese apoyo en beneficio del que primero ayudó (PDOT Pallatanga, 2021).

#### Fiestas religiosas

Las fiestas religiosas se llevan a cabo en la diferentes barrios y comunidades en fechas distintas, acompañada de una gastronomía típica de cada lugar, en compañía de la familia, amigos y vecinos (PDOT Pallatanga, 2021).

**Tabla 16** *Fiestas religiosas*

Celebración religiosa	Fecha
Niño Jesús	Diciembre y enero
Virgen María	Agosto y mayo
San Pedro	Enero
San Francisco	Octubre, noviembre y diciembre
Virgen de las Mercedes	Septiembre y octubre
Virgen del Perpetuo Socorro	Noviembre
Rey de Reyes	Enero
Los 3 reyes	Diciembre
San Vicente de Ferrer	Abril
San Miguel	Septiembre

Virgen de Lourdes	Agosto
Virgen Inmaculada	Diciembre
Virgen Agricultor	Agosto
San Alfonso	Septiembre
Campaña evangélica	Febrero y agosto

*Nota.* PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga 2020, por Lasso (2023).

### **Fiestas no Religiosas**

Las festividades tradicionales del cantón se viven en diferentes fechas del año, se disfruta en unión de familias y amigos, es estas épocas festivas se evidencia mayor demanda de turistas.

**Tabla 17** *Fiestas no religiosas*

Lugar	Fiestas no Religiosas	Fecha	Gastronomía
Matriz	Cantonización	Mayo	-Gastronomía variada
Matriz	Año viejo	Diciembre	-Hornado
Matriz	Día de los difuntos	Noviembre	-Colada morada con guaguas de pan
Matriz	Carnaval	Febrero- Marzo	-Fritada, con mote, chiwiles, tamales, papas con cuy chicha, puro preparado con frutas
San Francisco de Bushcud	Carnaval-Gallo enterado	Febrero- Marzo	-Chiwiles, papas con cuy y puro
Bisniag	Rey Carnaval	Febrero- Marzo	-Chiwiles, papas con cuy y puro

*Nota.* PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga 2020, por Lasso (2023).

### **Leyendas**

**Tabla 18** *Leyendas*

Barrio/Comunidad	Leyenda
San Juan de Trigoloma	Cuento del carnaval
San Miguel de Jipangoto	Duende
Nuevo Bilbao	Fecha de evacuación
Bushcud	Laguna encantada
Gahuín Chico	El Oso

*Nota.* PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga 2020, por Lasso (2023)

#### 6.4.4 COMPONENTE ADMINISTRATIVO Y LEGAL

##### **División política administrativa**

El Cantón Pallatanga no cuenta con parroquias rurales, solamente está conformado por:

**Tabla 19** *División política administrativa*

<b>División política administrativa</b>	
Área Urbano	24 Barrios
Área Rural	64 Comunidades

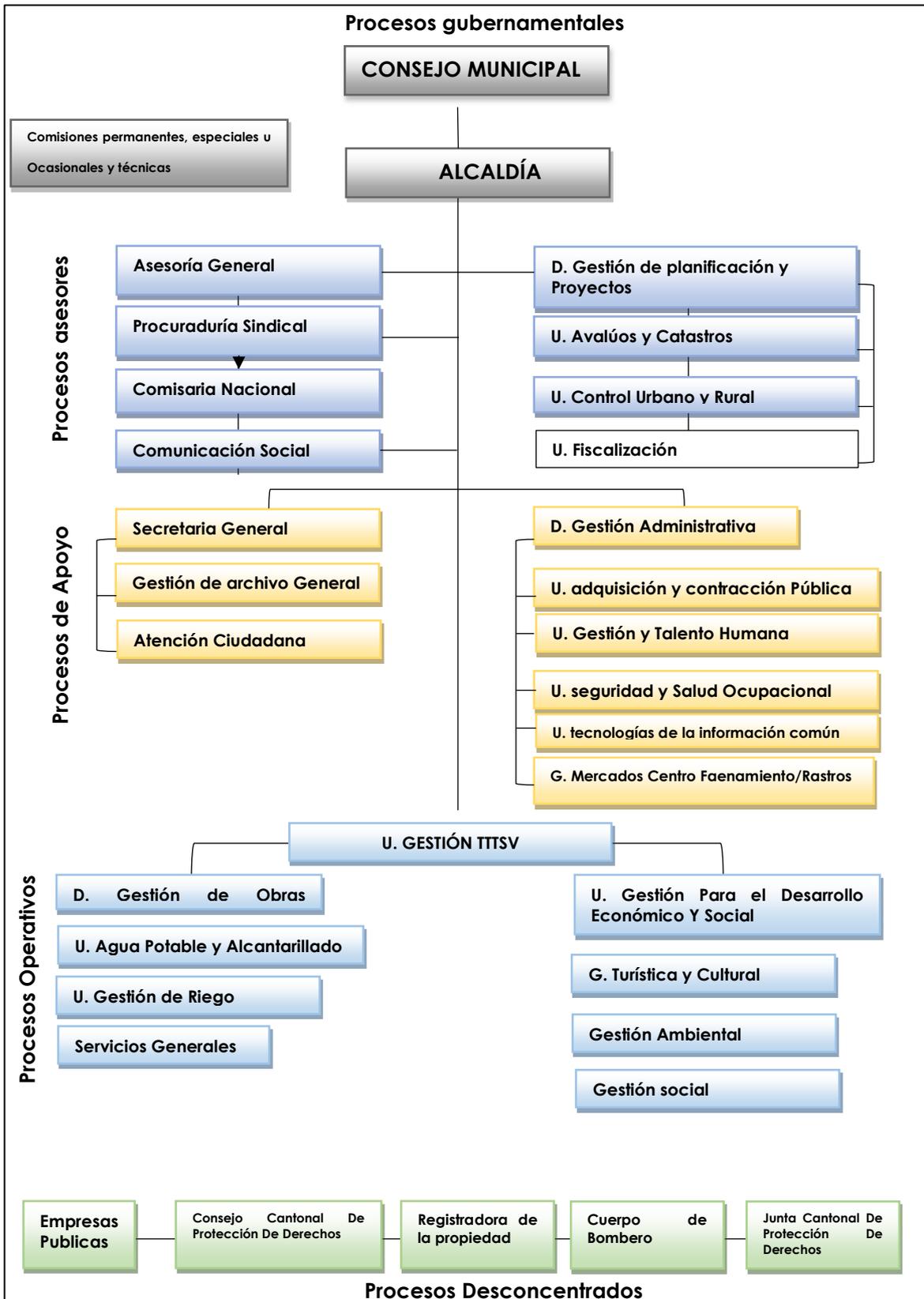
*Nota.* Adaptado de PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

##### **Estructura del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga**

##### **Estructura organizacional**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga, cuenta con el Estatuto orgánico de gestión organizacional de procesos, mediante Resolución Administrativa N° 01 –GADMP-2020 el 02 de enero de 2020, dejando sin efecto a normas anteriores. Estos instrumentos permiten el desarrollo de las actividades técnicas y administrativas del GAD Municipal de Pallatanga.

Tabla 20 Procesos gubernamentales



Nota. PDOT, GAD Municipal del cantón Pallatanga 2023, por Lasso (2023).

## 6.5 Determinar la metodología para el diseño de un producto turístico

Es el conjunto de recursos históricos, culturales y naturales que podrían incorporarse al producto, sin que se pierda la esencia de la visita del cliente y lograr una interrelación con el resto de los prestatarios que intervienen. Consta de varias etapas que establecen ciclos para cada una de las variables del marketing operativo (producto, precio, comunicación y distribución); cada uno concluye con la definición de las estrategias y acciones que se deben desarrollar (Machado, 2007).

### Proceso metodológico del producto turístico

**Tabla 19** *Proceso metodológico para el diseño del producto turístico*

Proceso metodológico para el diseño del producto turístico	
Fases	Etapas
<b>Fase I</b> <b>Análisis de la Situación de</b> <b>Pallatanga</b>	<b>-Oferta</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> Estudio del Territorio</li> <li> Infraestructura</li> <li> Equipamiento</li> <li> Recursos Turísticos</li> </ul>
	<b>-Demanda</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> Factores externos e internos</li> </ul>
<b>Fase II</b> <b>Formulación del análisis FODA</b>	<b>-FODA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> Fortalezas</li> <li> Oportunidades</li> <li> Debilidades</li> <li> Amenazas</li> </ul>
<b>Fase III</b> <b>Definición de productos turísticos</b>	<b>-Productos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> Descripción del producto</li> <li> Precio</li> <li> Comunicación</li> </ul>

*Nota.* Metodología para desarrollar productos turísticos, por Lasso (2023).

### Fase I. Análisis de la situación

Se procede a realizar un diagnóstico situación basados en 2 etapas importantes:

- **La oferta:** Factor importante puesto que depende mucho del destino como una oferta integrada, en ésta el recurso atractivo existente en el espacio físico que lo sustenta constituye el producto básico, los servicios complementarios son actividades de apoyo

alojamiento y restauración y el resto de las actividades, todos estos elementos aportan un valor.

- **La demanda:** Permite identificar hacia qué mercados se puede dirigir la oferta, cuáles son sus necesidades y preferencias. El análisis de la demanda turística en este caso debe permitir identificar el perfil del o de los principales mercados emisores de turismo hacia la región donde se encuentra ubicado el producto, identificar y profundizar en el estudio de los diferentes segmentos hacia los que se puede dirigir las ofertas (Ceballos, 2014).

### **Fase II. Formulación del diagnóstico**

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

### **Fase III. Definición de productos turísticos**

La estructuración del producto comienza por la definición del concepto y los beneficios del producto y concluye con el diseño de la prestación del servicio. La definición del concepto y beneficios del producto significa clarificar el tipo de producto que se quiere promover y los beneficios que aporta al cliente. Para ello implica una definición que incluya el punto de vista de la oferta y de la demanda a la cual se dirige. El concepto del producto es la base para el posicionamiento, para desarrollar y proyectar una imagen atractiva del producto para los segmentos de mercado, diferenciándolo de la competencia.

- **Posicionamiento:** Se define la estrategia de posicionamiento. Ello implica determinar las estrategias para el posicionamiento.
- **Comunicación:** Comprende del producto elaborado, se promociona a través de diferentes actividades como participación en ferias, presentaciones de bolsas turísticas y mediante material promocional elaborado pensando en el cliente.
- **Selección del canal de distribución:** Se trata aquí de seleccionar los canales por los que va a transitar el producto, desde la organización que realiza la oferta hasta el turista, es decir, la selección de los intermediarios que en caso del turismo asumen la forma de tour operadores, agencias de viaje y/o centrales de reserva y que en este caso juegan un rol protagónico, puesto que el turista compra el servicio antes de disfrutarlo, por lo que la información ofrecida por el distribuidor muchas veces decide esta acción. Las agencias de viajes y las operadoras de turismo pueden atraer a clientes mediante el ofrecimiento de un mejor servicio, la distinción de los atractivos o los precios más bajos conseguidos a través de las ofertas y actividades del mercado (Ceballos, 2014).

## **6.5.1 Análisis de la situación del cantón Pallatanga**

### **Estudio del territorio**

El estudio del territorio del cantón Pallatanga ya se mencionó en el primer apartado dentro del diagnóstico situacional.

### **Infraestructura turística**

La infraestructura turística es fundamental para el desarrollo del turismo, es así como una adecuada y mayor infraestructura mejora la oferta turística de la localidad y aumenta la demanda de turistas, por consiguientes se realiza un análisis de la infraestructura que cuenta el cantón Pallatanga.

**Tabla 20 Infraestructura turística**

Tipo de Infraestructura	Descripción	Información	Valorización de la infraestructura
<b>Infraestructura vial</b>	- Red Principal	-Vía interprovincial Guayaquil – Riobamba -Cubertura superficial 78% un total de 34.6 km	Pésima
	- Red local	-Pallatanga – diferentes Barrios y comunidades	Buena
	- Alcantarillado	-Solo el 79,44% cuenta con conexiones de aguas servidas, mientras que el 20,55%no están conectadas.	Buena
<b>Servicios Básicos</b>	- Red Agua potable	-La red pública abastece un 82,32%, por lo tanto, el 17,28%abastece de otros mecanismos.	Buena
	- Luz eléctrica	-Se encuentra con un 97% de cobertura, posteriormente el 3 % no cuenta con este servicio.	Excelente
	- Recolección de residuos sólidos	-Existe un recolector de basura, su horario es de lunes a viernes de 7h00 – 16h00, cubriendo el 97,12% del área urbano.	Excelente
<b>Servicio de Comunicación</b>	- Servicio de telefonía fija	-Proporcionada por la compañía de CNT, en el área rural la conexión es nula.	Regular
	- Servicio de telefonía Móvil	-Área Urbano: Movistar, Claro, Tuenti y CNT -Área rural: Claro	Excelente
	- Radio la primavera FM	-Sintoniza las 24h00, cabe mencionar que tiene cobertura dentro de la zona urbano, mientras que en la zona rural es nula.	Buena

	- Centros de Computo	-Actualmente existe 8 centros de computo	Excelente
	- Acceso a Internet	-Actualmente existe 3 Empresas privada de servicio de Internet, 1 punto de acceso gratuito ubicado en el parque central de Pallatanga, proporcionado por el GAD.	Excelente
	- Canales de TV	-Empresa privada “Pallatanga TV”	Regular
	- Código Postal	-Código postal: 060302	Excelente
<b>Servicio de Transporte</b>	- Taxi Convencional	-2 compañías de taxi Convencional: un total de 13 Taxis	Excelente
	- Carga liviana	-2 compañías de Carga Liviana: un total de 30 vehículos de carga liviana	Excelente
	- Escolar e Institucional	-2 compañías: un total de 19 vehículos escolar e institucional	Excelente
	- Taxi ejecutivo	-1 compañías de Taxi ejecutivo cuentan con 9 vehículos	Excelente
	- Tricimotos	-1 compañía con 9 unidades de tricimoto	Excelente
<b>Área de Recreación</b>	- Parque Acuático	-1 parque Acuático	Excelente
	- Centro de Salud tipo B	-Brindando atención a partir de las 08h00 a 20h00, atención al público y emergencias las 24h00.	Excelente
<b>Servicios Complementarios</b>	- Gasolineras	-Existe 2 Gasolineras, brindan su servicio las 24h00 del día.	Excelente
	- Financieras	-Existe 2 cooperativas y 1 banco	Excelente
	- Farmacias	-Existe 9 farmacias	Excelente
	- Cajero	-Un cajero	Excelente

*Nota.* Infraestructura turística, por Lasso (2023).

## Servicios turísticos

Dentro de los servicios turísticos del cantón Pallatanga en los últimos años se evidencia un crecimiento continuo, señalando que estos nuevos emprendimientos son cada vez más innovadores, siendo así un factor importante para satisfacer las necesidades de los turistas.

La planta turística del cantón Pallatanga comprende de 3 aspectos:

- Establecimientos de alojamiento
- Establecimientos de alimentación
- Establecimientos de distracción

**Nota:** Los establecimientos que se van a mostrar continuación, son el total de establecimientos existen en el cantón Pallatanga, varios de estos establecimientos son regulados por la intendencia; es decir por Comisaria del cantón, mientras que los 6 establecimiento que se detallas más adelante son regulados por el Ministerio de Turismo, por ende, se encuentran registrados dentro del portal del MINTUR, para la ejecución del diseño de un producto turístico, se tomara en cuenta los establecimientos reguladas por el Ministerio de Turismo.

**Tabla 21** *Establecimientos de alojamiento*

Hosterías	Representante Legal	Categoría	Capacidad
El Pedregal	Carrasco Santiago	Primera	36
Milliguayco	Romero José	Primera	120
Ecovita Organic Boutique & Lodge	Salazar Ricardo	Primera	80 en carpas-26 en habitaciones 5 cabañas
Di Carlos	Carlos Piña	Primera	

Hostales	Representante Legal	Categoría	Capacidad
Melita	Martínez Agueda Romelia	Tercera	17
Primavera	Angelita Medina	Tercera	12
Mi Chanita	Melida Salazar	Tercera	15
Midway	Rodolfo Torres	Tercera	12
Flor De Primavera	Narcisa Pacheco	Tercera	15

*Nota.* Adaptado de Ministerio de turismo, Establecimientos de alojamiento, por Lasso (2023).

**Tabla 22** *Establecimientos de alimentación*

<b>N°</b>	<b>Establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Capacidad</b>
1	D'Carlo	Tercera	50
2	El chinito	Cuarta	80
3	Tortillas de la abuela	Cuarta	24
4	El Turista	Cuarta	70
5	El Mack	Cuarta	15
6	Sitio del sabor	Cuarta	20
7	Paolita	Cuarta	15
8	Rinconcito pallatanguño	Cuarta	24
9	Alexander	Cuarta	30
10	Vivianita	Cuarta	25
11	Rosita	Cuarta	30
12	Don Rafa	Cuarta	40
13	Sabor latino	Cuarta	40
14	Le Coco	tercera	40
15	Choko	Tercera	30
16	Jazz Gourmet	Tercera	30
17	Runtu	Tercera	40
18	Grani'z	Tercera	40
19	El Manaba	Cuarta	15
20	Mamá Tere	Cuarta	10
21	Aquí me quedo	Cuarta	15
22	La Delicia	Cuarta	15
23	El Porteño	Cuarta	15
24	La Sazón de Nachita	Cuarta	20

*Nota.* Adaptado de Ministerio de turismo, Gad municipal de Pallatanga-PDOT (2019).

## Registrados en el Ministerio de Turismo.

Los servicios turísticos del cantón Pallatanga se encuentran distribuidos de la siguiente manera: 3 establecimientos de alojamiento, 3 establecimientos de alimentos y bebidas los mismos se encuentran debidamente registrados en el Ministerio de Turismo.

### Alojamiento

El servicio de alojamiento del cantón Pallatanga consta de 3 establecimientos entre ellos hoteles y hosterías cada uno de ellos registrados por el Ministerio de Turismo con sus respectivas categorías:

**Tabla 23** Servicio de alojamiento del cantón Pallatanga

Tipo	Nombre	Dirección	Categoría	Capacidad
Hostal	La posada de Flor	Av. Velasco Ibarra s/n Irving Aitken	I	60
Hostería	Milliguayco	Vía las Palmas/991394786	V	50
Casa de Huéspedes	Galloloma	Barrio Cochapamba Sn Sector Allazamba De Las Rosas.	Categoría única	12
<b>TOTAL</b>				<b>122</b>

*Nota.* Adaptado de Ministerio de turismo, Gad municipal de Pallatanga-PDOT (2019).

### Alimentos y Bebidas

Dentro del servicio de alimentos y bebidas existe 4 establecimientos, siendo 2 restaurantes, 1 cafetería y 1 bar. Dichos establecimientos se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo. La capacidad aproximada es para 144 comensales.

**Tabla 24** Servicio de alimentos y bebidas

<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Categoría</b>	<b>Capacidad</b>
Restaurante	Paradero Sabor Latino	Barrio Santa Ana Panamericana Sur	1 tenedor	40
Restaurante	Di Carlo	Barrio El Ingenio, Vía Guayaquil	2 tenedores	30
Bar	Le Coco	10 de agosto Y Mariscal Sucre	1 taza	50
Cafetería	Le Coco	10 de agosto Y Mariscal Sucre	1 copa	24
<b>TOTAL</b>				<b>144</b>

*Nota.* Adaptado de Ministerio de turismo, Gad municipal de Pallatanga-PDOT (2019).

## **OFERTA**

### **Atractivos turísticos**

Pallatanga cantón floreciente, predilecto por su clima posee varios atractivos turísticos naturales lugar idóneo para aquellos amantes de la naturaleza y fanáticos de la adrenalina se puede realizar actividades, pesca deportiva, puénting, cabalgata, rafting, bicicleta, camping y parapente. La mayor cantidad de estos atractivos turísticos son de jerarquía II y III.

### **Atractivos naturales y culturales**

Pallatanga posee un clima privilegiado siendo un factor importante para convertir en una potencia turística, entre los principales atractivos naturales encontramos cascadas, ríos miradores naturales y bosques nativos dichos atractivos turísticos constituyen un recurso para el desarrollo turístico de este cantón. Véase en la tabla N°16, pág.70-79.

### **Análisis de la Demanda turística del cantón Pallatanga**

La mayoría de las turistas que visitan el cantón Pallatanga son de procedencia nacional, es decir; de provincias fronterizas al cantón, Quito, Riobamba, Guayaquil y provincias colindantes al cantón Pallatanga.

Respecto a la demanda turística, con la investigación ejecutada del Plan de Negocio del Parque Acuático del cantón Pallatanga, se procedió determinar la proyección de demanda de turistas que visitan al parque acuático con un total de 13.056 turistas en el año 2019 con un incremento de 1,2% anual.

**Tabla 25** *Análisis de la demanda turística*

<b>Año</b>	<b>N° Turistas (1.2% crecimiento)</b>
2019	13.056
2020	13.213
2021	13.532
2023	13.694
2024	13.858
2025	14.025

*Nota.* Plan de negocio del Parque Acuático (2019).

### 6.5.2 Análisis FODA

El siguiente análisis FODA con lluvia de ideas se lo realizó con el objetivo de conocer la situación del cantón Pallatanga, identificando así las fortalezas y oportunidades que nos permitan definir un producto turístico de calidad.

**Tabla 26** Análisis FODA – Lluvia de ideas

<b>Lluvia de ideas Interno</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación privilegiada</li> <li>• Diversidad de atractivos naturales y culturales</li> <li>• Condiciones climáticas y paisajísticas para el desarrollo del turismo</li> <li>• Existencia de unidad de turismo</li> <li>• Seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran demanda de espacios dedicados al agroturismo.</li> <li>• Dinamización de la economía del cantón.</li> <li>• Nuevos productos turísticos e incremento en oferta turística</li> <li>• Ejecución de nuevos proyectos turísticos</li> <li>• Intervención de las empresas públicas y privadas</li> <li>• Mejores condiciones de vida</li> </ul>
<b>Lluvia de ideas Externo</b>	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente promoción y difusión turística.</li> <li>• Atractivos pocos aprovechados en el cantón.</li> <li>• Limitada infraestructura turística para la actividad turística</li> <li>• Deterioro de los atractivos turísticos</li> <li>• Falta de mantenimiento en las vías de acceso a los atractivos turístico</li> <li>• Insuficiente capacitación a los propietarios de los establecimientos turísticos y servicios complementarios</li> <li>• Poco interés en el sector turísticos por parte de las autoridades locales</li> <li>• Desconocimiento y desinterés por parte de las comunidades aledañas a los atractivos en temas de turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis económicas y políticas</li> <li>• Desastres naturales</li> <li>• Vía panamericana en mal estado</li> <li>• Limitado presupuestos para el desarrollo de la actividad del turismo.</li> <li>• Migración</li> </ul>

*Nota.* Análisis FODA del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

### 6.5.3. FODA Priorizado

Para priorizar el FODA, primero se llevó a cabo el análisis completo, identificando todas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas pertinentes. Considerando el nivel de importancia de cada uno de estos elementos, según su impacto potencial en los objetivos y metas estratégicas.

Tabla 27 Foda priorizado

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación privilegiada</li><li>• Diversidad de atractivos naturales y culturales</li><li>• Condiciones climáticas y paisajísticas para el desarrollo del turismo</li><li>• Existencia de unidad de turismo</li></ul>	<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gran demanda de espacios dedicados al agroturismo.</li><li>• Dinamización de la economía del cantón.</li><li>• Ejecución de nuevos proyectos turísticos</li><li>• Intervención de las empresas públicas y privadas</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Deficiente promoción y difusión turística.</li><li>• Atractivos pocos aprovechados en el cantón.</li><li>• Limitada infraestructura turística para la actividad turística</li><li>• Deterioro de los atractivos turísticos</li></ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Crisis económicas y políticas</li><li>• Desastres naturales</li><li>• Vía panamericana en mal estado</li><li>• Limitado presupuestos para el desarrollo de la actividad del turismo.</li></ul>

Nota. Análisis FODA del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

Una vez que se han priorizado todos los elementos del FODA, se desarrolló estrategias específicas que aprovechen las fortalezas, aborden las debilidades, aprovechen las oportunidades y mitiguen las amenazas de manera más efectiva, lo que contribuye a una planificación estratégica más sólida y enfocada.

#### 6.5.4. FODA Cruzado

Tabla 28 FODA Cruzado

<h1>FODA</h1>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación privilegiada</li> <li>• Diversidad de atractivos naturales y culturales</li> <li>• Condiciones climáticas y paisajísticas para el desarrollo del turismo</li> <li>• Existencia de unidad de turismo</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia OD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente promoción y difusión turística.</li> <li>• Atractivos pocos aprovechados en el cantón.</li> <li>• Limitada infraestructura turística para la actividad turística</li> <li>• Deterioro de los atractivos turísticos</li> </ul>	<p>Aprovechar la conservación y los convenios del patrimonio natural. ( F1.O1.O2.)</p> <p>Fomentar las actividades turísticas que garantice la calidad de vida. (F2.O2)</p>	<p>Mejorar la calidad de vida y la atención del cliente para satisfacer las necesidades. (O1.D1)</p> <p>Realizar convenios que aporten en la planificación turística. (O2.D2)</p> <p>Utilizar los recursos naturales y culturales acorde a la demanda del mercado. (O3.D3)</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis económicas y políticas</li> <li>• Desastres naturales</li> <li>• Vía panamericana en mal estado</li> <li>• Limitado presupuestos para el desarrollo de la actividad del turismo</li> <li>• Migración</li> </ul>	<p>Utilizar la conservación de los recursos naturales con estrategias. (F1.A1)</p> <p>Planificar actividades que están competitivas en el mercado. (F2.A2)</p>	<p>Organizar la atención al cliente con estrategias viables. (D1.A1)</p> <p>Realizar un estudio de mercado para buscar oportunidades. (D3.A3)</p>

Nota. FODA cruzado del cantón Pallatanga, por Lasso (2023).

### 6.5.3 DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO

Es un hecho que los turistas muchas veces les resultan más ventajoso contar con los servicios de una agencia u operadora de turismo, por ende, en esta investigación también se ha visto la necesidad de crear una operadora turística con el nombre de “**Pallatanga Adventure**” debido a la inexistencia de operadores de turismo dentro del cantón el cual limitada la oferta y promoción turística.

De esta forma se puede comercializar los paquetes de acorde a las demandas del cliente y finalmente organizar los servicios que se presentan al cliente tales como transporte, alojamiento y alimentación.

#### ✚ **Marca de la agencia**

*Figura 3 Logotipo*



Nota. Logotipo, “Pallatanga Adventure”, por Lasso (2023).

#### ✚ **Descripción de la marca de la agencia**

El símbolo en una abstracción de un icono de ubicación geográfica el cual identifica con facilidad los puntos estratégicos a mostrar, los colores son llamativos, fuerte extraídos de la bandera cantonal, blanco, verde, amarillo los mismos que dan ese valor agregado para

diferenciar del resto, a este icono acompaña un vector grafico avión el cual genera una trayectoria para indicar que se ofrece aventura, viaje, y versatilidad.

#### ✚ Descripción del texto

**Figura 4** *Descripción del texto*



*Nota.* Descripción del texto “Pallatanga Adventure”, por Lasso (2023).

El texto de trazo grueso y redondo está definido como un indicador claro y conciso del nombre general de la empresa, la misma que esa acompañada de una tipografía en cursiva la cual denota fluidez y versatilidad.

## ✚ Colorimetría sobre fondos

**Figura 5** Colorimetría sobre fondos



*Nota.* Colorimetría sobre fondos, “Pallatanga Adventure”, por Lasso (2023).

## ✚ Descripción del producto

Pallatanga cantón privilegiado por su clima, sus pisos climáticos, su geografía, sus atractivos y recursos turísticos, sin lugar a duda un cantón con mucho potencial turístico por sus características únicas, debido a su desconocimiento y abandono, es así como, los atractivos no son visitados por los turistas. Se puede decir, que poca población conoce y ha visitado estos atractivos; por ello la operadora Pallatanga Adventure brindará un excelente servicio, en su oferta buscará brindar un alto nivel de calidad a los turísticas que buscan experiencias únicas, relajante y memorables en un paraíso escondido como es Pallatanga.

De acuerdo con la investigación de campo, se han encontrado atractivos turísticos de interés que posteriormente se crea paquetes turísticos de acuerdo con el requerimiento, gustos y preferencias con el fin de que nuestros productos y servicios sobrepasen los estándares de calidad, sobre una demanda cada vez más exigente.

## PAQUETES TURÍSTICOS

### Paquete turístico N° 01

Tabla 29 Paquete turístico N° 01

					
<b>Paquete Turístico</b>	N° 01		<b>Nombre de la Ruta</b>	Ruta ciclista "El Lechero"	
<b>Capacidad (Grupos)</b>	5	10	15	<b>Características geográficas de la ruta</b>	28 km
				<b>Tiempo de Recorrido</b>	1 día
<b>País</b>	Ecuador	<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Pallatanga
<b>Categoría</b>	<b>Turismo Naturaleza/Turismo Aventura</b>				
<b>Descripción del Producto</b>	<p>La ruta tiene un recorrido de 28 km, el recorrido se realizará exclusivamente en Bicicleta, inicia desde la Comunidad de Panza, seguido la comunidad el Olivo, posteriormente se visita la comunidad de Jesús de Gran Poder y San José de Pajón, es este lugar se puede observar la gran variedad de flora y fauna que posee, desde lo alto se puede observar Pallatanga, en este tramo se visita la cascada de Yaguarcocha, el mismo que esta junto a la carretera, en la travesía pasamos por la Comunidad de Guaro, Pilchipamba hasta llegar al destino final que será el Parque Acuático.</p> <p>El recorrido por varios sitios de interés está diseñado para su uso durante el día completo con una distancia total de 28 km, la ruta está dirigida a un segmento de mercado de jóvenes y adultos entre hombres y mujeres.</p>				
<b>Nivel de Dificultad</b>	<b>Nivel Técnico</b>		<b>Nivel Físico</b>		<b>Distancia de Recorrido</b>
• Medio	• Medio		• Bajo – medio		• 28 km
<b>Época Recomendada</b>	<b>Tipo de Camino</b>		<b>Especificación</b>		<b>Requerimiento de Guía</b>
• Todo el Año	• Pavimentado y Lastrado		• Ciclo-paseo		• Guía especializado
<b>Incluye</b>			<b>No incluye</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Snack</li> <li>• Medio de Transporte</li> <li>• Souvenirs o Recuerdo</li> <li>• Kit de repuesto</li> <li>• Entrada al Parque Acuático</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• No especificado en el paquete</li> <li>• No incluye bebidas o alimentación extra</li> </ul>		
<b>Lista de atractivos</b>			<b>Requerimiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad Panza</li> <li>• Comunidad Jesús de Gran Poder</li> <li>• Comunidad Guaro</li> <li>• Cascada de Yaguarcocha</li> <li>• Pilchipamba</li> <li>• Parque acuático</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua</li> <li>• Gorra</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Repelente</li> <li>• Ropa y zapatos cómodos</li> <li>• Protección (casco, rodillera y codera)</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>			<b>Normas de Comportamiento</b>		
• No portar armas blancas y de fuego			• No arrojar basura durante el recorrido		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• No llevar consigo bebidas alcohólicas u otras sustancias</li> <li>• Alejarse del grupo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No destruir la infraestructura o materiales de la zona</li> <li>• No extraer ni introducir especies vegetales o animales a la zona.</li> </ul>	
<p><b>Nivel de Dificultad - Medio/bajo</b></p> <p>El nivel de dificultad de los turistas es medio, puesto que requiere de técnicas de ascenso y descenso en tierras pendientes medias y es necesario el acompañamiento de un guía calificado, además no se requiere experiencia en ciclismo.</p>	<p><b>Facilidades Turísticas</b></p> <p><b>Servicios complementarios:</b> Tiendas comunales, farmacias, consultorio médico, servicio de transporte público y privado, bancos, cooperativos de ahorro y crédito, servicio de taxi, gasolineras.</p> <p><b>Vías de primer y tercer orden</b></p>	
<b>Itinerario</b>		
<b>Día 1</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
07:00-07:30	Concentración	Encuentro Parque central, bienvenida y charla informativa
07:30-07:45	Transfer a la comunidad de Trigoloma	Transfer en Transporte Turístico
07:45-08:30	Desayuno	Pallatanga - Tirgoloma (Restaurante el Mirador)
08:30-08:45	Arribo a la comunidad Panza	Charla Instructiva y de seguridad Inicio del recorrido bicicleta y explicación de la ruta
<b>Entrega de Box Lunch</b>		
08:45-13:00	<p><b>Recorrido</b></p> <p>Comunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Olivo</li> <li>• Jesús de Gran Poder</li> <li>• San José de Pajón</li> <li>• Guaro</li> <li>• Pilchipamba</li> </ul>	<p>Avistamiento</p> <p>Fotografía</p> <p>Visita a la cascada</p>
13:00-14:00	Almuerzo	Di Carlos
14:00-16:45	Transfer a al Parque acuático	<p>Actividad de relajación</p> <p>Piscinas normales y de Olas</p> <p>Sauna</p> <p>Turco</p> <p>Canchas sintéticas</p>
16:45:17:00	Registro	Fin del recorrido
<b>Fin del Recorrido</b>		

**Nota.** Paquete turístico N° 01, Ruta ciclista “El Lechero”, por Lasso (2023).

**Figura 6** Mapa de la ruta ciclística “El Lechero”



Nota. Mapa de la ruta ciclística “El Lechero”, por Lasso (2023).

#### Costo

**Tabla 30** Costo de la ruta ciclística “El Lechero”

Número de Personas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Guía	1	150	150,00
Desayuno	10	3	30,00
Costo de Transporte	1	10	10,00
Box Lunch	10	3	30,00
Almuerzo	10	5	50,00
Bicicleta	10	10	100,00
Parque Acuático	10	3	30,00
Souvenirs	10	2	20,00
<b>Subtotal</b>			<b>420,00</b>
<b>Margen de Utilidad</b>	30%		126,00
<b>Valor del Iva</b>	12%		50,40
<b>Valor de Pax 10</b>			596,40
<b>Precio por persona</b>			<b>59,64</b>

Nota. Costo de la ruta ciclística “El Lechero”, por Lasso (2023).

Fijamos que el precio de venta al público (P.V.P) es de \$596.40 por 10 pax, precio por persona \$59,64 nuestra empresa ha considerado un margen de ganancia de un 30%.

## Paquete turístico N° 02

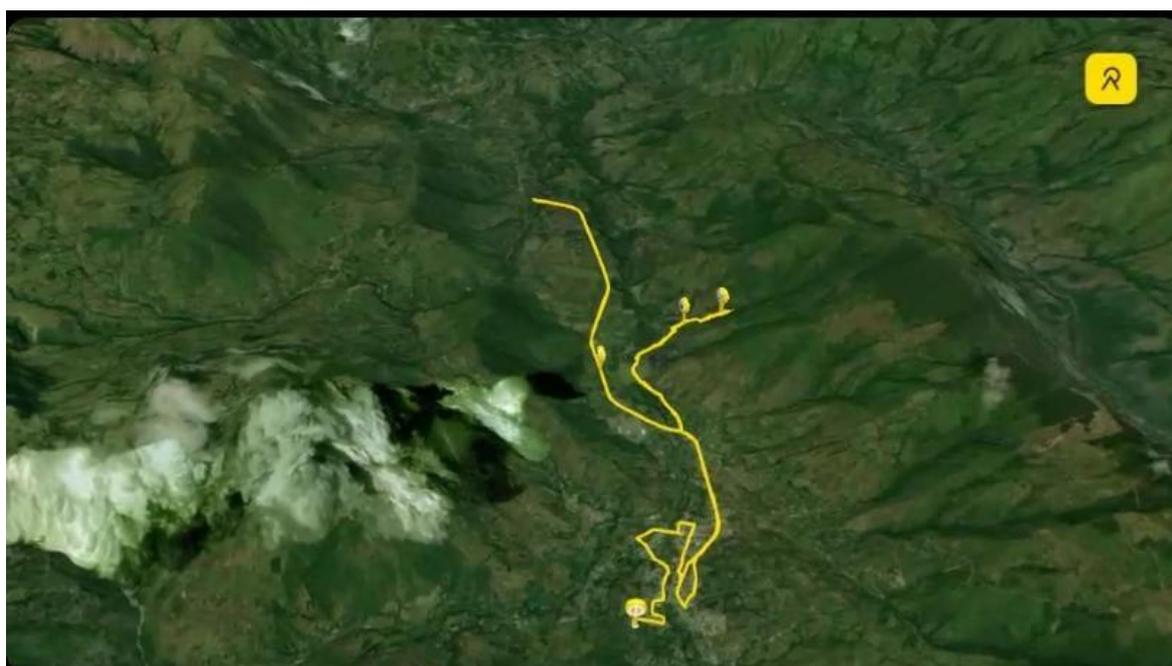
Tabla 31 Paquete turístico N° 02

 <b>PALLATANGA</b> <i>Adventure</i>					
<b>Paquete Turístico</b>	N° 02			<b>Nombre de la ruta</b>	Adventours Guangashi
<b>Capacidad (Grupos)</b>	5	10	15	<b>Características geográficas de la ruta</b>	26 km
				<b>Tiempo de Recorrido</b>	1 día
<b>País</b>	Ecuador	<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Pallatanga
<b>Categoría</b>	<b>Turismo Naturaleza/Turismo Aventura</b>				
<b>Descripción del Producto</b>	<p>La ruta “Adventours Guangashi”, tiene una distancia de 26 km, el recorrido iniciara en el parque Central , posteriormente se traslada al restaurante Sabor Latino, de ahí seguimos con travesía a La cascada Guangashi , ubicada la comunidad la Tigra a unos 5 minutos del cantón, esta cascada cuenta con 3 saltos de agua aproximadamente el primero de 15 m, y suman un total de 50 m por un ancho aproximado de 2.5 m, la cantidad de caudal es fuerte sobre todo en invierno es más fuerte, lugar adecuado para realizar la actividad de rapel, fotografías, senderismo , observación del hermoso valle de Pallatanga, en la tarde se llevará acabo la actividad del puéting, en el puente Cornelio Dávalos, para finalizar el día se realizara un City tour por los lugares de interés, dando a conocer la nuestra historia , gastronomía, cultura, tradición y hospitalidad de nuestra gente, un recorrido de un día para disfrutar en familia, amigos o conocidos.</p> <p>La ruta está dirigida a un segmento de mercado de jóvenes y adultos entre hombres y mujeres.</p>				
<b>Nivel de Dificultad</b>	<b>Nivel Técnico</b>		<b>Nivel Físico</b>		<b>Distancia de Recorrido</b>
• Medio	• Medio		• Bajo – medio		• 26 km
<b>Época Recomendada</b>	<b>Tipo de Camino</b>		<b>Especificación</b>		<b>Requerimiento de Guía</b>
• Todo el Año	• Pavimentado y Lastrado		• Senderismo, Puéting y Rapel		• Guía especializado
<b>Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Snack</li> <li>• Medio de Transporte</li> <li>• Souvenirs o Recuerdo</li> <li>• City Tour</li> <li>• Equipo Rapel (traje neopreno, casco, Arne, mosquetones 8 y línea de vida)</li> <li>• Equipo Puéting (Arne, casco)</li> </ul>			<b>No incluye</b>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• No especificado en el paquete</li> </ul>		
<b>Lista de atractivos</b>			<b>Requerimiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puente Cornelio Dávalos</li> <li>• Cascada guangashi</li> <li>• Mirador Yanayacu</li> <li>• Monumento de la Reina Palla</li> <li>• Parque Buen Vivir</li> <li>• Parque Acuático</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua</li> <li>• Gorra</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Repelente</li> <li>• Ropa y zapatos cómoda</li> <li>• Botas</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>			<b>Normas de Comportamiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No portar armas blancas y de fuego</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• No arrojar basura durante el recorrido</li> </ul>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• No llevar consigo bebidas alcohólicas u otras sustancias</li> <li>• Alejarse del grupo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No destruir la infraestructura o materiales de la zona</li> <li>• No extraer ni introducir especies vegetales o animales a la zona.</li> </ul>	
<b>Nivel de Dificultad - Medio/Técnico</b> El nivel de dificultad de los turistas es medio/técnico, dado que se realizará actividades de deporte extremo, Tales como: puénting, senderismo y rapel en cascada de Guangashi, es importante contar con un guía especializado.	<b>Facilidades Turísticas</b> <b>Servicios complementarios:</b> Tiendas comunales, farmacias, consultorio médico, servicio de transporte público y privado, bancos, cooperativos de ahorro y crédito, servicio de taxi, gasolineras. <b>Vías de primer y tercer orden</b>	
<b>Itinerario</b>		
<b>Día 1</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
07:00-07:30	Concentración	Parque central, bienvenida y charla informativa del recorrido
07:30-08:30	Desayuno	Sabor Latino - Pallatanga
08:30-09:00	Transfer a Guangashi la Tigra	Charla Instructiva y de seguridad Fotografía
09:00-13:00	Arribo a la cascada Guangashi	Fotografía Rapel Senderismo Avistamiento
<b>Entrega de Box Lunch</b>		
13:00-14:00	Almuerzo	Di Carlos
14:00-17:00	Arribo al puente Cornelio Dávalos y actividad de Puénting	Charla instructiva y de seguridad Puénting Fotografía
17:00-17:45	City Tour	Monumento a la Reina Palla Centro de Artesanías Puente cornelio Dávalos Gastronomía Parque acuático Mirador Yanayacu
17:45-16:00	Registro	Fin del recorrido
<b>Fin del Recorrido</b>		

*Nota.* Paquete turístico N° 02, Adventours Guangashi , por Lasso (2023).

**Figura 7** Mapa Adventours Guangashi



Nota. Mapa de la ruta “Adventours Guangashi”, por Lasso (2023).

**Tabla 32** Costo de la ruta “Adventours Guangashi”

Número de Personas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Guía	1	150	150,00
Desayuno	10	3	30,00
Costo de Transporte	1	10	10,00
Box Lunch	10	2,5	25,00
Almuerzo	10	3,5	35,00
Rapel	10	30	300,00
Puénting	10	30	300,00
Chiva	10	3	30,00
<b>Subtotal</b>			<b>880,00</b>
<b>Margen de Utilidad</b>	30%		264,00
<b>Valor del Iva</b>	12%		105,60
<b>Valor de Pax 10</b>			1249,60
<b>Precio por persona</b>			124,96

Nota. Costo de la ruta “Adventours Guangashi”, por Lasso (2023).

Fijamos que el precio de venta al público (P.V.P) es de \$880.00 por 10 pax, precio por persona \$88,00 nuestra empresa ha considerado un margen de ganancia de un 30%.

## Paquete turístico N° 03

Tabla 33 Paquete turístico N° 03

					
<b>Paquete Turístico</b>	N° 03			<b>Nombre de la Ruta</b>	Rancho Chico - Jalubí
<b>Capacidad (Grupos)</b>	5	10	15	<b>Características geográficas de la ruta</b>	54 km
	<b>Tiempo de Recorrido</b>				2 días y 1 noche
<b>Pais</b>	Ecuador	<b>Provincia</b>	Chimborazo	<b>Cantón</b>	Pallatanga
<b>Categoría</b>	<b>Turismo Naturaleza/Turismo Aventura</b>				
<b>Descripción del Producto</b>	<p>La ruta tiene un recorrido de 54 km. Con una duración de 2 días y 1 noche. Rancho Chico "Jalubí" Es un proyecto turístico de eco aventura en la provincia de Chimborazo cantón Pallatanga, comunidad de Jalubí es un emprendimiento familiar. Entre las actividades que ofrece están: caminatas o hiking, pesca deportiva, elaboración de vino, macerado de mora, yogurt, helado de yogurt y manjar de leche y área para camping". Rancho Chico ubicado en Comunidad Jalubí, busca la autosostenibilidad a través de la oferta de servicios relacionados con la educación ambiental. A este Proyecto también se suma varios jóvenes, con gran visión en el turismo quienes con su esfuerzo y perseverancia han logrado posesionar sus productos y servicios dentro del mercado.</p>				
<b>Nivel de Dificultad</b>	<b>Nivel Técnico</b>		<b>Nivel Físico</b>		<b>Distancia de Recorrido</b>
• Medio	• Medio		• Bajo – medio		• 54 km
<b>Época Recomendada</b>	<b>Tipo de Camino</b>		<b>Especificación</b>		<b>Requerimiento de Guía</b>
• Todo el Año	• Pavedado y Lastrado		• Trekking, camping		• Guía especializado
<b>Incluye</b>			<b>No incluye</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Snack</li> <li>• Medio de Transporte</li> <li>• Souvenirs o Recuerdo</li> <li>• Entrada al Bosque "El corazón"</li> <li>• Área de Camping (equipo para camping) y mirador</li> <li>• Museo</li> <li>• Pesca Deportiva</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• No especificado en el paquete</li> </ul>		
<b>Lista de atractivos</b>			<b>Requerimiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mirador Colibrí</li> <li>• Comunidad Jalubí</li> <li>• Bosque nativo "El Corazón"</li> <li>• Árbol el Olivo</li> <li>• Cascada "El Oso"</li> <li>• Museo "Centro de interpretación Jalubí"</li> <li>• Enoturismo</li> <li>• Mirador "Aventura Camp Jalubí"</li> <li>• Cascadas</li> <li>• Pesca Deportiva</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua</li> <li>• Gorra</li> <li>• Botas</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Termo</li> <li>• Ropa abrigada y zapatos cómoda</li> <li>• Carpa, sleeping y aislante</li> <li>• Dulces</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>			<b>Normas de Comportamiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No portar armas blancas y de fuego</li> <li>• No llevar consigo bebidas alcohólicas u otras sustancias</li> <li>• Alejarse del grupo</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• No arrojar basura durante el recorrido</li> <li>• No destruir la infraestructura o materiales de la zona</li> <li>• No extraer ni introducir especies vegetales o animales a la zona.</li> </ul>		

<b>Nivel de Dificultad - Medio/bajo</b>		<b>Facilidades Turísticas</b>
El nivel de dificultad de los turistas es medio, puesto que requiere de técnicas de ascenso y descenso en tierras pendientes medias y es necesario el acompañamiento de un guía calificado.		<b>Servicios complementarios:</b> Tiendas comunales, farmacias, consultorio médico, servicio de transporte público y privado, bancos, cooperativos de ahorro y crédito, servicio de taxi, gasolineras. <b>Vías de primer y tercer orden</b>
<b>Itinerario</b>		
<b>Día 1</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
07:00-07:30	Concentración	Parque central, bienvenida y explicación del recorrido
07:30-08:00	Transfer a la Comunidad Jalubí	Transfer en Transporte Público
08:00-09:00	Desayuno	Rancho Chico, explicación del itinerario y fotografía
<b>Entrega de Box Lunch</b>		
09:00-13:00	Salida al Bosque protector “El Corazón” y Árbol el Olivo	Senderismo, fotografía, aventurismo y observación diversidad de flora y fauna
13:00-14:00	Almuerzo	Gastronomía típica del lugar – Rancho Chico Jalubí
14:00-17:00	Transfer al Mirador	Senderismo Avistamiento Fotografía
17:00-18:30	Llegada al Mirador	Fotografía Recorrido Observación de mágicos atardeceres
18:30-19:00	Merienda	Cena típica del lugar - El Mirador
19:00-21:00	Noche cultural con la comunidad de Jalubí	Fotografía Cuentos Canalezo
<b>DIA 2</b>		
<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
07:00 -09:00	Transfer Rancho Chico-Jalubí	Senderismo Fotografía Observación
09:00-10:00	Desayuno	Desayuno tradicional- Rancho Jalubí
10:00-11:00	Visita al Museo	Charla Instructiva y de seguridad , fotografía, recorrido
<b>ENTREGA DE BOX LUNCH</b>		
11:00_13:00	Visita a la planta de elaboración vino, macerado de mora, yogurt y manjar	Charla de flujo de procesos, elaboración, envase y registro
13:00-14:00	Pesca Deportiva	Pesca deportiva, fotografía, observación
14:00-15:00	Almuerzo	Trucha que pesca
15:00-16:00	Recorrido rancho chico	Fotografía, observación, recorrido
16:00-16:30	Transfer a Pallatanga	Fin del recorrido, transfer en transporte público
<b>Fin del Recorrido</b>		

*Nota.* Costo de la ruta “Rancho Chico - Jalubí”, por Lasso (2023).

## Mapa

Figura 8 Mapa



Nota. Costo de la ruta “Rancho Chico - Jalubí”, por Lasso (2023).

## Costo

Tabla 34 Costo de la ruta Rancho Chico - Jalubí

Número de Personas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Guía	1	200	200,00
Desayuno	10	10	100,00
Almuerzo	10	10	100,00
Merienda	10	3,5	35,00
Costo de Transporte	1	15	15,00
box Lunch	10	3	30,00
Camping	10	12	120,00
Bosque "El Corazón"	10	2	20,00
Souvenirs	10	2	20,00
Museo	10	2	20,00
<b>Subtotal</b>			<b>660,00</b>
<b>Margen de Utilidad</b>	30%		198,00
<b>Valor del Iva</b>	12%		79,20
<b>Valor de Pax 10</b>			937,20
<b>Precio por persona</b>			<b>93,72</b>

Nota. Costo de la ruta “Rancho Chico - Jalubí”, por Lasso (2023).

Fijamos que el precio de venta al público (P.V.P) es de \$660.00 por 10 pax, precio por persona \$93,72 nuestra empresa ha considerado un margen de ganancia de un 30%.

### 6.4.3. Establecer estrategias de marketing del producto “Pallatanga Adventure”

**Tabla 35** Estrategias de marketing del producto “Pallatanga Adventure”

<b>Estrategias de Marketing</b>	
<b>Objetivo</b>	Incrementar la demanda y promover la oferta turística del cantón Pallatanga mediante la Operadora de turismo “Pallatanga Adventure”.
<b>Descripción</b>	Mediante la utilización de las redes sociales las personas naturales o jurídicas pueden informar de las actividades que consideren agradables, interesantes o valioso para el segmento del mercado previamente establecido.
<b>Estrategia</b>	El auge de las redes sociales y el impacto de la pandemia en el Ecuador ha incitado a las personas a informarse mediante el uso de estas, medios los cuales en el país no era tan valorado o recurrente, Aprovechando esta oportunidad, por parte del Pallatanga Adventure se colocará contenido interesante para los clientes actuales y potenciales, mediante afiches de oferta turística a fin de motivar futuros viajes ya sea de turismo, ocio o negocio en el cantón. Previamente se realizará una planificación para definir el contenido que se va a publicar en las redes sociales y demás páginas de distribución de Pallatanga Adventure
<b>Desarrollo de la estrategia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediante las estadísticas proporcionadas por Facebook, Instagram y TikTok se podrá identificar el horario de mayores visualizaciones de las publicaciones y el segmento que más acogida tiene.</li> <li>• En base al punto anterior, se podrá estructurar un cronograma de publicaciones tanto para Facebook, Instagram y TikTok demás redes sociales o canales de distribución que Pallatanga Adventure requiera.</li> <li>• Contenido y actualizaciones periódicas de la oferta turística.</li> <li>• Contenido periódico para los canales de distribución de Pallatanga Adventure</li> </ul>
<b>Política</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir los días de publicación de contenido.</li> <li>• Identificar el horario de publicaciones.</li> <li>• Programar el contenido que se pretende distribuir</li> </ul>
	<p>Los canales de distribución que ofrece Pallatanga Adventure son variados, innovadores y sistematizados, donde podemos encontrar elementos digitales y elementos impresos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos digitales: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Redes sociales</li> <li>-Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp y Telegram)</li> <li>-Página web</li> <li>-Flyers digitales</li> <li>-Pdf interactivo</li> <li>-Fotografías</li> <li>-Videos</li> </ul> </li> <li>• Elementos impresos: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Afiches</li> <li>-Dípticos – Trípticos</li> </ul> </li> </ul>

<b>Canal de distribución directo</b>	-Hojas volantes -Tarjetas de presentación -Publicaciones en revistas -Publicaciones en periódicos  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradicionales:</li> </ul> -Radio -Televisión
<b>Canal de distribución indirecto</b>	Los canales de distribución indirectos están delimitados a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad de boca en boca</li> <li>• Recomendaciones por experiencias</li> </ul> Los mismos que a la par de los métodos directos son importantes para cubrir debilidades en los procesos de entrega de información de los atractivos turísticos del Cantón.
<b>Alcance</b>	Clientes actuales y clientes potenciales
<b>Frecuencia</b>	Plan de contenidos: Periódicos
<b>Responsables</b>	Nancy Lasso
<b>Presupuesto estimado</b>	\$300 usd

*Nota.* Estrategias de marketing del producto “Pallatanga Adventure”,. por Lasso (2023).

## BIBLIOGRAFÍA

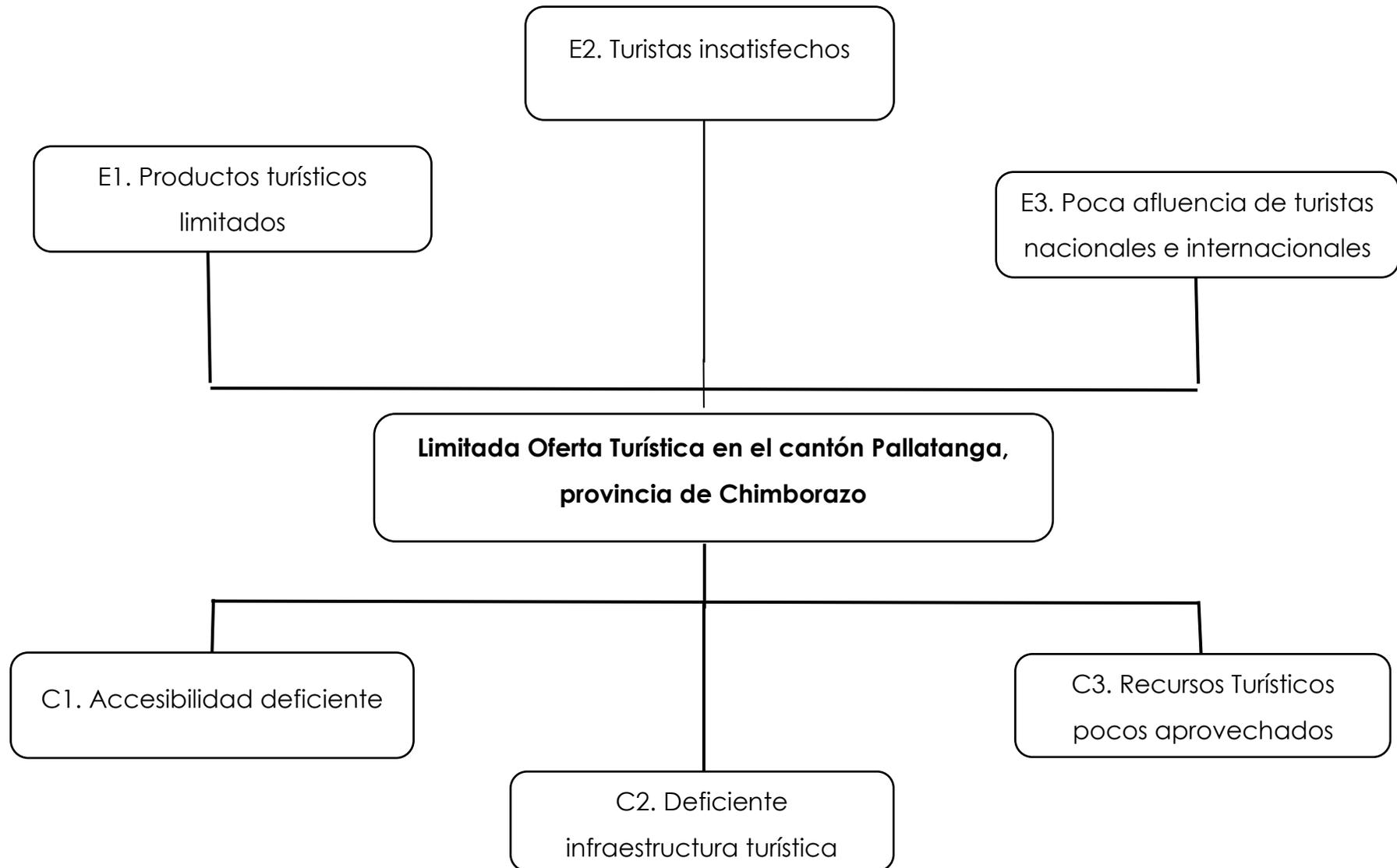
- Andy, J. (2023). Oferta turística y Servicios turísticos comunitarios, en la comunidad Shandia, parroquia Tálag, cantón Tena, provincia de Napo. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo .
- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Caracas : 6° Ed. .
- Armijos, E., & Moposita, E. (2017). Análisis de la oferta turística para las parroquias Malacatos y Vilcabamba, en la provincia de Loja. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2226>
- Calderón, K. (2022). Plan estratégico para el desarrollo turístico del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2021-2022. Riobamba : Escuela Superior Politécnica de Chimborazo . Obtenido de Plan estratégico para el desarrollo turístico del cantón Pallatanga: <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/17701/1/20T01605.pdf>
- Ceballos, G. G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. Revista Retos, págs. 157-172. Obtenido de Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos .
- CEUPE. (2018). Turismo. Oferta turística, 1-2.
- CEUPE. (2018). Turismo. Oferta turística , 1-2.
- Flores, G. (2020). La respuesta.com. Obtenido de <https://la-respuesta.com/preguntas-comunes/Que-es-un-factor-en-estadistica/>
- Guamán, A. (2021). Facilidades turísticas y oferta en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8043/1/8.-%20TESIS%20Alexis%20Mauricio%20Guam%  
c3%a1n%20Criollo-GES-TUR.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8043/1/8.-%20TESIS%20Alexis%20Mauricio%20Guam%c3%a1n%20Criollo-GES-TUR.pdf): [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8043/1/8.-%20TESIS%20Alexis%20Mauricio%20Guam%  
c3%a1n%20Criollo-GES-TUR.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8043/1/8.-%20TESIS%20Alexis%20Mauricio%20Guam%<br/>c3%a1n%20Criollo-GES-TUR.pdf)
- Hernández, A. (2000). Barrios y equipamientos públicos. Escencia del Proyecto democrático de la ciudad.
- Hernández, A. (2000). Barrios y equipamientos públicos. Escencia del Proyecto democrático de la ciudad.
- Hernández-Sampieri, R. (2018). Recolección de datos cuantitativos. Centro de recursos en línea. Obtenido de [http://saludpublica.cucs.udg.mx/cursos/medicion\\_exposicion/Hern%  
C3%A1ndez-Sampieri%20et%20al,%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%  
%B3n,%202014,%20pp%20194-267.pdf](http://saludpublica.cucs.udg.mx/cursos/medicion_exposicion/Hern%<br/>C3%A1ndez-Sampieri%20et%20al,%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%<br/>%B3n,%202014,%20pp%20194-267.pdf)
- Lasso, N. (2023). Facilidades y oferta facilidades y oferta turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Riobamba.
- Machado, E. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. Teoría y Praxis, 5-6.
- Mamani, W. (2016). Turismo . Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>

- Medina, M., Rojas, R., & Bustamante, W. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. Obtenido de <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mérida, A. (2021). Manual de Trabajos de Grado. En U. P. Libertador. Caracas -Venezuela: 4° Ed. Obtenido de <https://aracellymerida.files.wordpress.com/2021/04/trabajo-de-grado.pdf>
- Ministerio de Turismo. (19 de Mayo de 2020). Manual Señalético. Quito: MINTUR 2da Edición. Obtenido de [https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020\\_compressed.pdf](https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf)
- Mintur. (2018). Manual de Atractivos Turísticos . En Mintur, Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (págs. 45-47). Ecuador .
- MINTUR. (2020). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/ManualesFacilidades/11-06-2020-MANUAL-DE-FACILIDADES-TURISTICAS-INTRODUCCION.pdf>
- MINTUR. (2020). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/ManualesFacilidades/11-06-2020-MANUAL-DE-FACILIDADES-TURISTICAS-INTRODUCCION.pdf>
- MINTUR. (11 de Junio de 2020). <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/ManualesFacilidades/11-06-2020-MANUAL-DE-FACILIDADES-TURISTICAS-INTRODUCCION.pdf>. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/ManualesFacilidades/11-06-2020-MANUAL-DE-FACILIDADES-TURISTICAS-INTRODUCCION.pdf>.
- OMT. (2017). Conceptos Fundamentales del Turismo. Turismo.
- OMT. (2017). Conceptos Fundamentales del Turismo. Turismo, 1-2.
- OMT. (2022). Turismo. Obtenido de Organización Mundial de turismo.
- Paz, M., & García, M. (2018). Guía práctica para la realización de trabajos fin de Grado y fin de Master. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-135806/12%20metodologc3ada-1-garcia-y-martinez.pdf>
- PDOT Pallatanga. (2021). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Obtenido de <https://pallatanga.gob.ec/index.php/gad/planes-de-gobierno>
- Peñafiel, J. (2016). Modelo de gestión turística sostenible y su incidencia para el desarrollo de la comunidad Guangashí-la tigrera del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6088/1/20T00780.pdf>
- Perez, M. (2013). Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/marisperez/files/2013/08/2-Recursos-Naturales.pdf>

- Ramsey, H. (2023). Técnicas e Instrumentos de Investigación. Obtenido de <https://www.scribd.com/document/575913202/TÉCNICAS-E-INSTRUMENTOS-DE-INVESTIGACIÓN>
- Realpe, E. (Abril de 2015). Plan de desarrollo turístico para el Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo. Quito : Universidad Técnica Equinoccial . Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15874>:  
<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15874>
- Sammarchi. (2015). Facilidades Turísticas. Diseño de productos turísticos , 28 - 30.
- Sammarchi. (2015). Facilidades Turísticas. Diseño de productos turísticos, 28 - 30.
- Sammarchi. (2017). Obtenido de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf)
- Sánchez, V. (2014). Diseño de estudios transversales; Metodología de la investigación, bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud, 2e. McGraw Hill. Obtenido de <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721&sectionid=115929954>
- SECTUR. (2005). Obtenido de Guía para el diseño y operación de senderos interpretativos: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/002012Pri0000.pdf>
- Silva, P. (2017). Circuito turístico para diversificar la oferta del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4248/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2017-0032.pdf>
- Socatelli, M. (2016 ). <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>.  
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>.
- Varisco, C. (2011). Turismo y Producto Turístico . Redalyc Viison General , 153 - 154.
- Zorrilla, A. (2020). Análisis de las manifestaciones culturales de una localidad. Obtenido de Identidad y Desarrollo: <https://identidadydesarrollo.com/ejercicio-analisis-de-recursos-culturales-de-una-localidad/>

## ANEXOS

### Anexo 1. Árbol de problemas



Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 36 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
<b>VARIABLE I</b>  <b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que, sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte (Sammarchi, 2017, pág. 28).	Facilidades son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento, alimentación, transporte y servicios complementarios para el turista.	Accesibilidad	-Rutas de acceso -Señalización -Senderos interpretativos	<p style="text-align: center;"><b>DISEÑO</b> No experimental, transversal y correlacional</p> <p style="text-align: center;"><b>Método:</b> Científico Descriptivo</p> <p style="text-align: center;"><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p style="text-align: center;"><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>
			Infraestructura	-Equipamiento urbano -Alojamiento -vías de accesos	
			Recursos Turísticos	-Recursos naturales -Recursos culturales	
<b>VARIABLE II</b>  <b>OFERTA TURÍSTICA</b>	Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2016).	La oferta Turística es el conjunto de bienes o servicios que se pone a disposición del turista para su uso o/y disfrute	Productos turísticos	-Infraestructura -facilidades Turísticas -Accesibilidad	
			Servicios turísticos	-Servicio de Guianza -Servicio de Transporte Turístico -Servicios de Alimentos y Bebidas -Servicio de Operadores turísticos	
			Atractivos turísticos	-Sitios Naturales -Manifestaciones Culturales -Turistas	

### Anexo 3. Matriz de consistencia

**Tabla 37** *Matriz de consistencia*

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre las facilidades y Oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la relación entre las Facilidades y Ofertas Turísticas del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>Las facilidades turísticas inciden en la oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Facilidad Turística</b></li> </ul> <p>Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que, sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte. (Sammarchi, 2017, pág. 28)</p>	<p>-Accesibilidad</p> <p>-Infraestructura</p> <p>-Recursos Turísticos</p>
<p><b>Problema Específico</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la accesibilidad y Oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la relación entre la infraestructura con la Oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo?</li> <li>• ¿Cuál es la relación entre los recursos turísticos y con la Oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo?</li> </ul>	<p><b>Objetivo Específico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación entre la Accesibilidad y Oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.</li> <li>• Determinar la relación entre Infraestructura y Oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.</li> <li>• Determinar la relación entre los Recursos Turísticos y Oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.</li> </ul>	<p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La accesibilidad incide en la oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo</li> <li>• La infraestructura incide en la oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo</li> <li>• Los recursos turísticos inciden en la oferta Turística del Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo</li> </ul>	<p><b>Variable Dependiente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Oferta Turística</b></li> </ul> <p>Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2016).</p>	<p>-Producto Turístico</p> <p>-Servicio Turístico</p> <p>-Atractivo Turísticos</p>

Anexo 4. Instrumentos de evaluación



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTADA DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “FACILIDADES Y OFERTA TURÍSTICA EN**

**EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

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

**CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Encuesta N.º: \_\_\_\_\_ Fecha de la Encuesta: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/ Encuestador:

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

El propósito de esta encuesta es para obtener datos estadísticos que ayude a la investigación de la variable independiente **“FACILIDADES TURÍSTICA”**

**CONFIDENCIALIDAD**

- a. Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- b. conteste toda la encuesta ya que su criterio es de suma utilidad en el desarrollo del proyecto.
- c. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- d. Responda con sinceridad en base a las siguientes escalas de valoración:

1 = Innecesario

2 = Poco necesario

3 = Medianamente necesario

## **I. INFORMACIÓN GENERAL**

### **1. Edad**

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

### **2. ¿Cuál es su género?**

- 1)  Masculino
- 2)  Femenino

### **3. ¿Cuál es su nivel de educación?**

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

### **4. ¿Cuál es su ingreso económico al mes?**

- 1) Menos de \$100
- 2) \$101 - \$300
- 3) \$301 - \$400
- 4) \$401 - \$600
- 5) Más de \$ 601

## Variable Independiente

### II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Escoja el parámetro que mejor se ajusta a los siguientes ítems sobre las Facilidades turísticas en el cantón Pallatanga.

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO					Observaciones
		1	2	3	4	5	
Dimensiones	<b>ACCESIBILIDAD</b>	<b>Imecesario</b>	<b>Poco necesario</b>	<b>Medianamente necesario</b>	<b>Necesario</b>	<b>Muy necesario</b>	
1	Rutas de acceso a los atractivos turísticos rurales para el desarrollo del turismo sostenible.						
2	Implementación de señalética turística con materiales ecológicos.						
3	Creación de senderos interpretativos para una mejor información turística.						
Dimensiones	<b>INFRAESTRUCTURA</b>						
4	Adecuado equipamiento urbano (Parques, plazas públicas y estacionamientos) para una alta satisfacción del cliente.						
5	Capacitación y mejora continua en los servicios de alojamiento.						
6	Mejora y adecuación de las principales vías de acceso en el cantón para el crecimiento del sector turístico.						
Dimensiones	<b>RECURSOS TURÍSTICOS</b>						
7	Reactivación y protección de los recursos naturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.						
8	Reactivación y protección de los recursos culturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.						



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTADA DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “FACILIDADES Y OFERTA TURÍSTICA EN**  
**EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**  
**ENCUESTA DIRIGIDA PROPIETARIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS**  
**TURÍSTICOS DEL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Encuesta N.º: \_\_\_\_\_ Fecha de la Encuesta: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/ Encuestador:

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

El propósito de esta encuesta es para obtener datos estadísticos que ayude a la investigación de la variable Dependiente **“OFERTA TURÍSTICA”**

**CONFIDENCIALIDAD**

- e. Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- f. conteste toda la encuesta ya que su criterio es de suma utilidad en el desarrollo del proyecto.
- g. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- h. Responda con sinceridad en base a las siguientes escalas de valoración:
  - 1 = Innecesario
  - 2 = Poco necesario
  - 3 = Medianamente necesario

## **I. INFORMACIÓN GENERAL**

### **5. Edad**

- 5)  Menos de 25
- 6)  26-35
- 7)  36-45
- 8)  Más de 46

### **6. ¿Cuál es su género?**

- 3)  Masculino
- 4)  Femenino

### **7. ¿Cuál es su nivel de educación?**

- 6)  Primaria
- 7)  Secundaria
- 8)  Técnico/Tecnológico
- 9)  Tercer nivel
- 10)  Cuarto nivel

### **8. ¿Cuál es su ingreso económico al mes?**

- 6) Menos de \$100
- 7) \$101 - \$300
- 8) \$301 - \$400
- 9) \$401 - \$600

## Variable Dependiente

### III. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Escoja el parámetro que mejor se ajusta a los siguientes ítems sobre las Oferta turística en el cantón Pallatanga.							
N°	ÍTEMS	PARÁMETRO					Observaciones
Dimensiones	<b>PRODUCTO TURÍSTICO</b>	1	2	3	4	5	
		Innecesario	Poco necesario	Medianamente necesario	Necesario	Muy necesario	
1	Creación de nuevos productos y destinos turísticos.						
2	Implementación de facilidades turísticas en los diferentes atractivos que posee el cantón Pallatanga.						
3	Adecuada accesibilidad a diferentes atractivos turísticos y de esta manera facilite su ingreso.						
Dimensiones	<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>						
4	Servicio de guianza en el cantón.						
5	Servicio de Transporte en el cantón.						
6	Implementación de señaléticas de alimentos y bebidas en el Cantón para la satisfacción del turista.						
7	Implementación de agencia de viaje en el cantón para brindar un mejor servicio y asesoría Turística.						
Dimensiones	<b>ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>						
8	Conservación y preservación de los sitios naturales que posee el cantón para un turismo más sustentable.						

9	Promoción y difusión de manifestaciones culturales en el Cantón.						
10	Fomento de una conciencia turística y amigable con el medio ambiente en los turistas que visitan el cantón.						

## Anexo 5. Resultado de las encuestas aplicadas

Variable Independiente

### ❖ INFORMACIÓN GENERAL

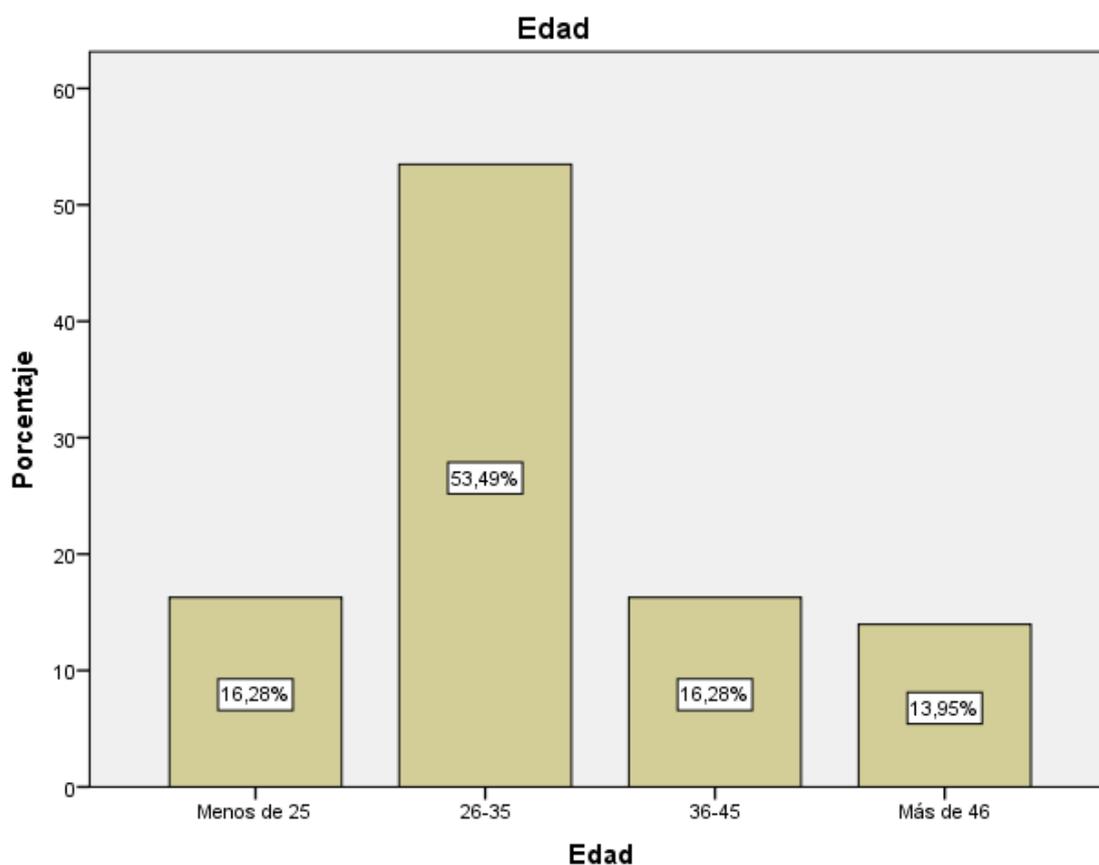
#### a) Edad

Tabla 38 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 25	14	16,3	16,3	16,3
	26-35	46	53,5	53,5	69,8
	36-45	14	16,3	16,3	86,0
	Más de 46	12	14,0	14,0	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

Figura 9 Edad



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

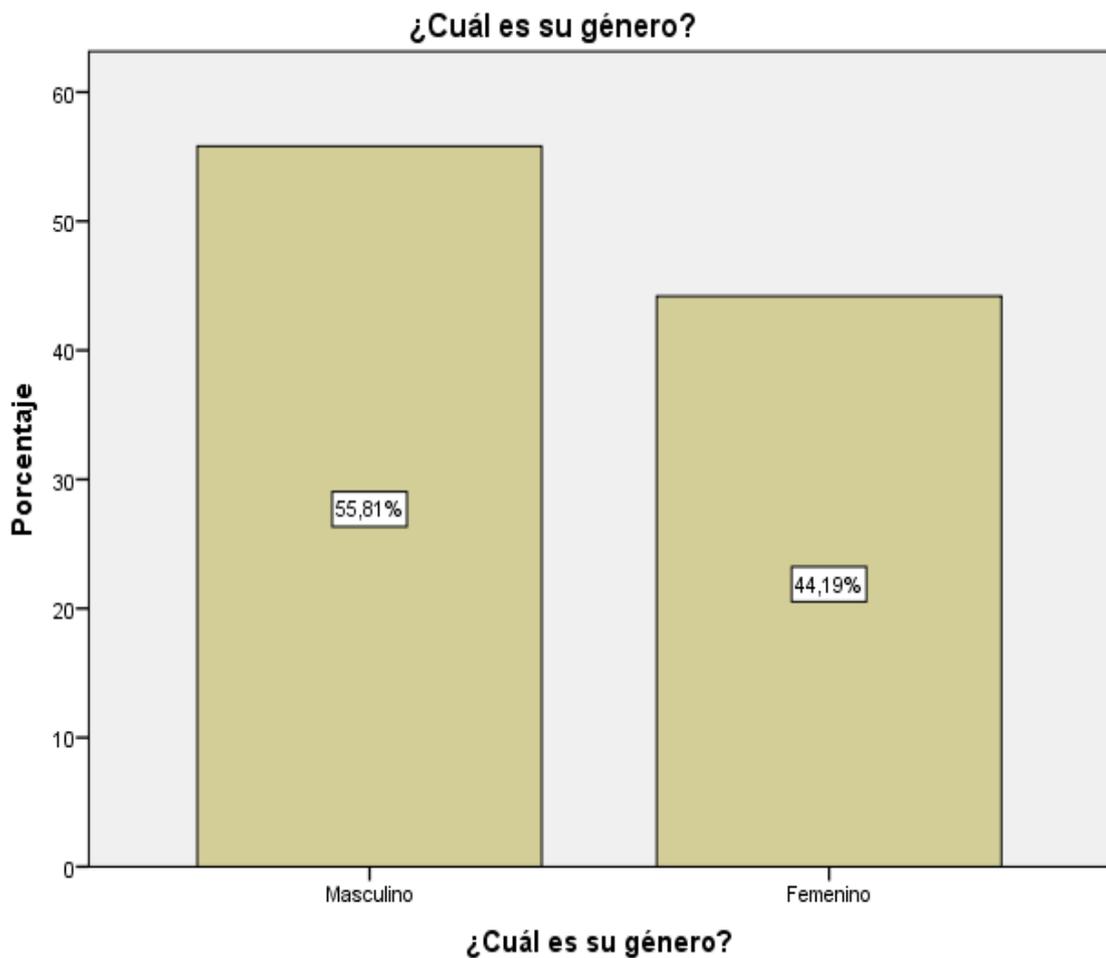
## b) Género

**Tabla 39** *Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	48	55,8	55,8	55,8
	Femenino	38	44,2	44,2	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 10** *Género*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

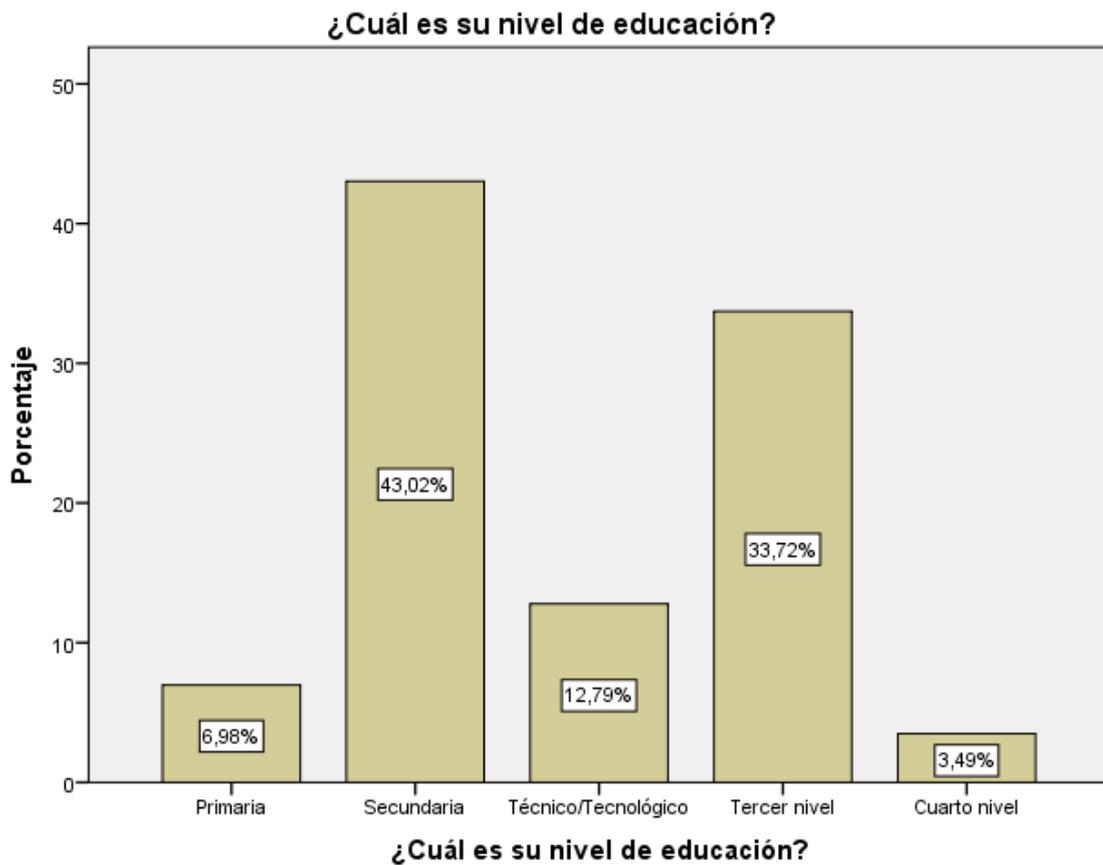
**c) Nivel de educación**

**Tabla 40** Nivel de educación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Primaria	6	7,0	7,0	7,0
Secundaria	37	43,0	43,0	50,0
Técnico/Tecnológico	11	12,8	12,8	62,8
Tercer nivel	29	33,7	33,7	96,5
Cuarto nivel	3	3,5	3,5	100,0
Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 11** Nivel de educación



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

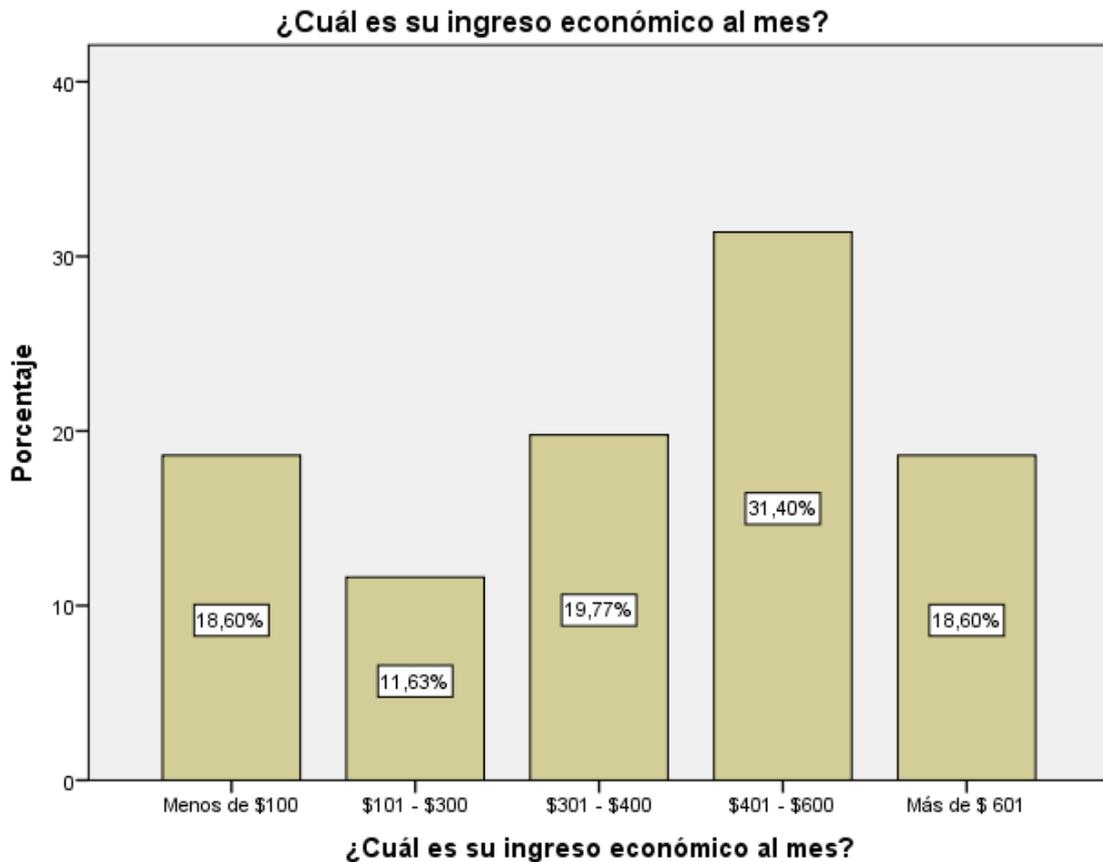
**d) Nivel de educación**

**Tabla 41** *Ingreso económico*

<b>¿Cuál es su ingreso económico al mes?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de \$100	16	18,6	18,6	18,6
	\$101 - \$300	10	11,6	11,6	30,2
	\$301 - \$400	17	19,8	19,8	50,0
	\$401 - \$600	27	31,4	31,4	81,4
	Más de \$ 601	16	18,6	18,6	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 12** *Ingreso económico*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

❖ **INFORMACIÓN ESPECÍFICA**

**1. Rutas de acceso a los atractivos turísticos rurales para el desarrollo del turismo sostenible.**

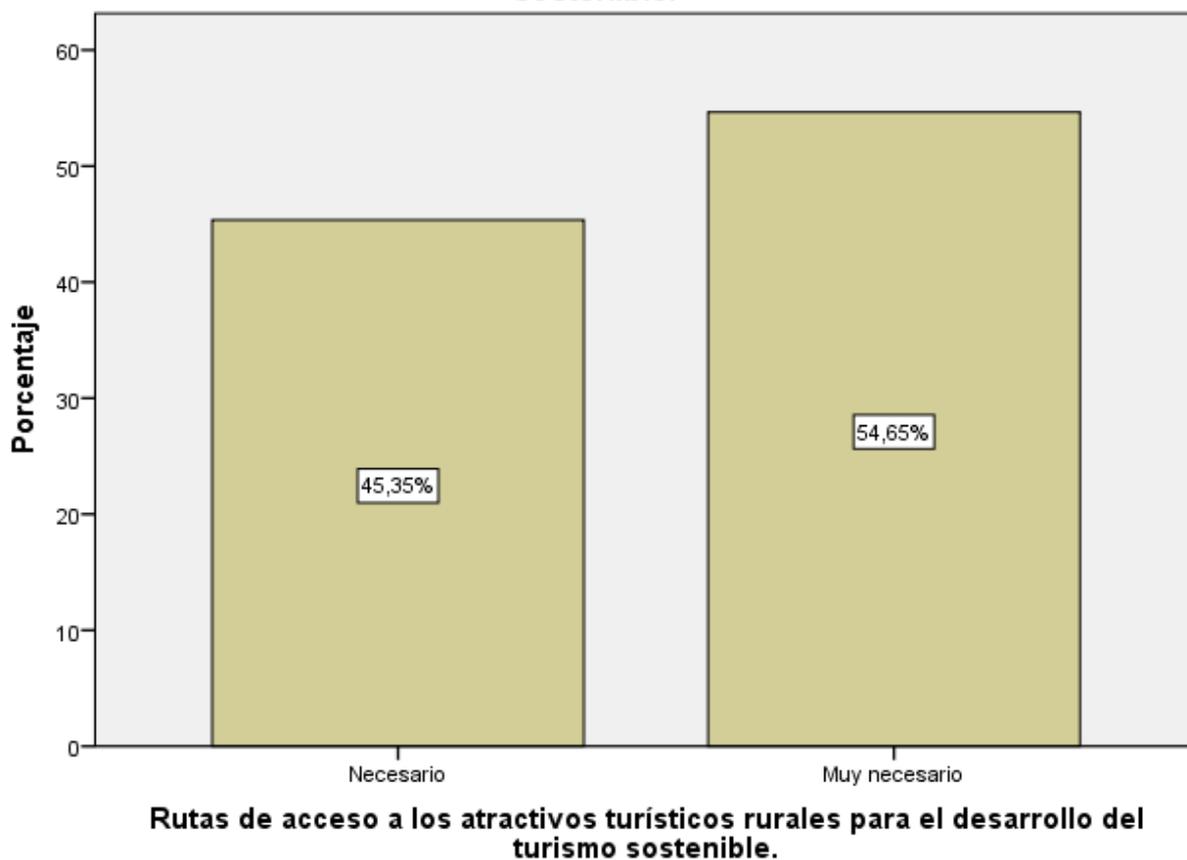
**Tabla 42** *Rutas de acceso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesario	39	45,3	45,3	45,3
	Muy necesario	47	54,7	54,7	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 13** *Rutas de acceso*

**Rutas de acceso a los atractivos turísticos rurales para el desarrollo del turismo sostenible.**



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023)..

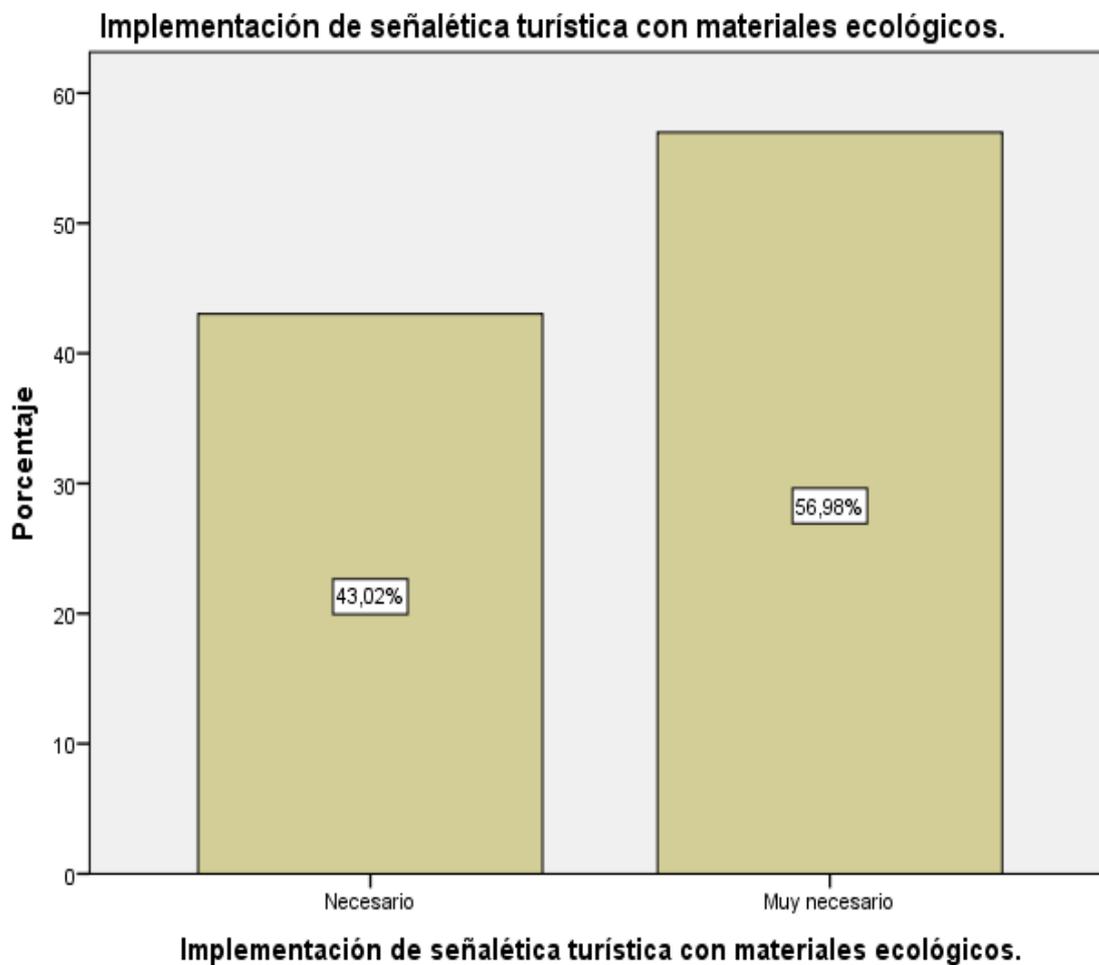
## 2. Implementación de señalética turística con materiales ecológicos.

**Tabla 43** Señalética turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Necesario	37	43,0	43,0	43,0
Muy necesario	49	57,0	57,0	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 14** Rutas de acceso



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

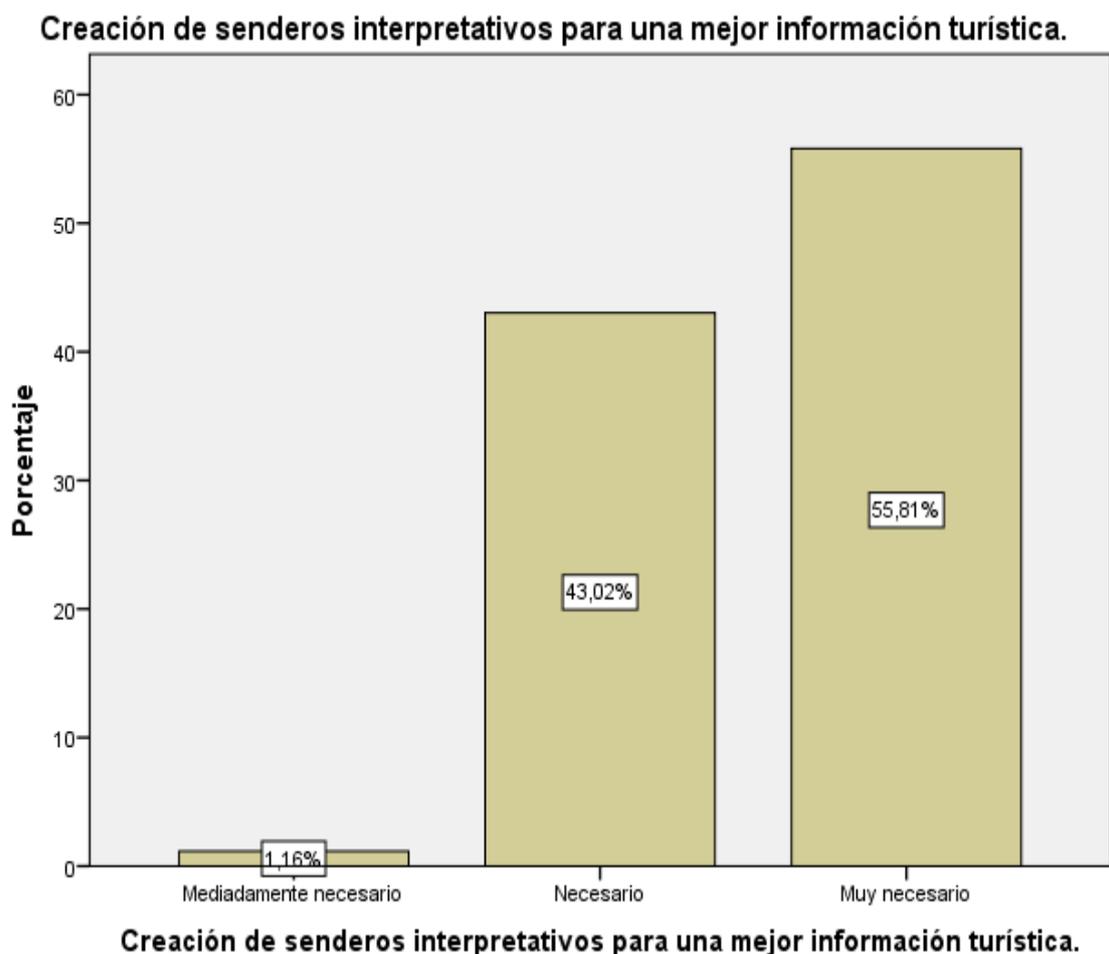
### 3. Creación de senderos interpretativos para una mejor información turística.

**Tabla 44** Senderos interpretativos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mediadamente necesario	1	1,2	1,2	1,2
Necesario	37	43,0	43,0	44,2
Muy necesario	48	55,8	55,8	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 15** Senderos interpretativos



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**4. Adecuado equipamiento urbano (Parques, plazas públicas y estacionamientos) para una alta satisfacción del cliente.**

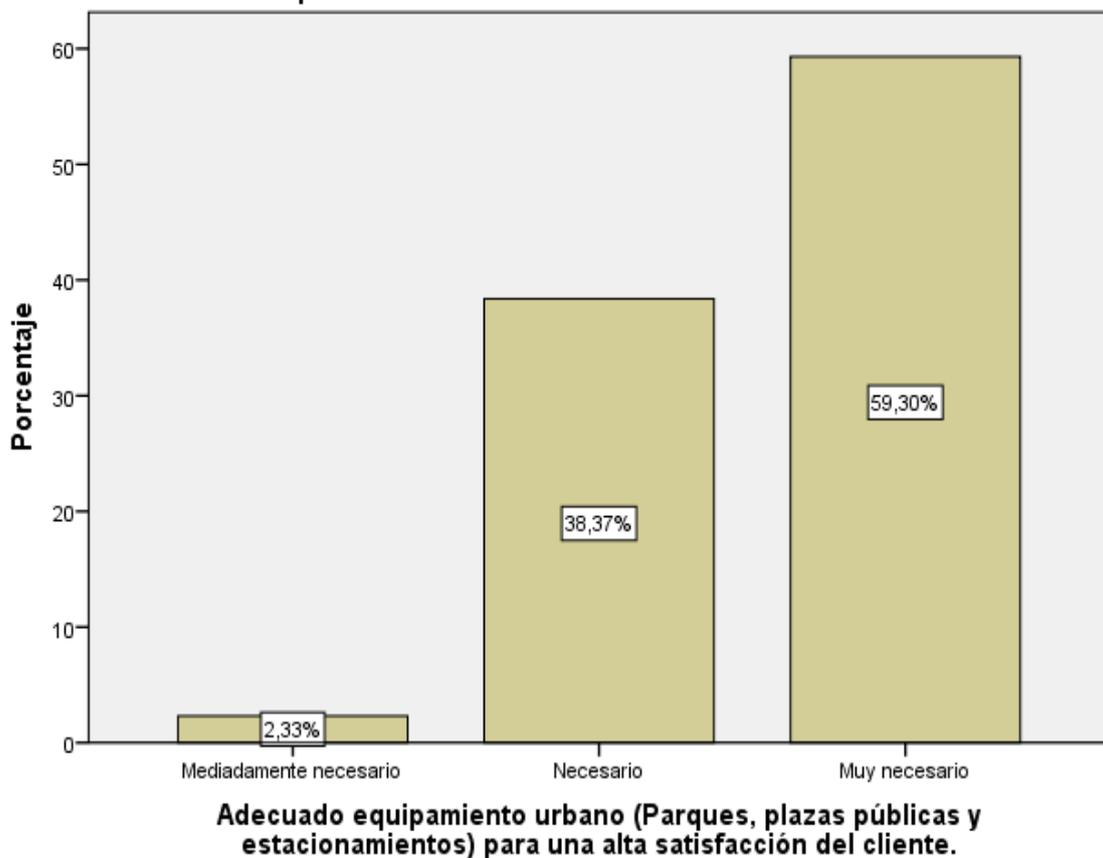
**Tabla 45 Equipamiento urbano**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mediadamente necesario	2	2,3	2,3	2,3
Necesario	33	38,4	38,4	40,7
Muy necesario	51	59,3	59,3	100,0
Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 16 Equipamiento urbano**

**Adecuado equipamiento urbano (Parques, plazas públicas y estacionamientos) para una alta satisfacción del cliente.**



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

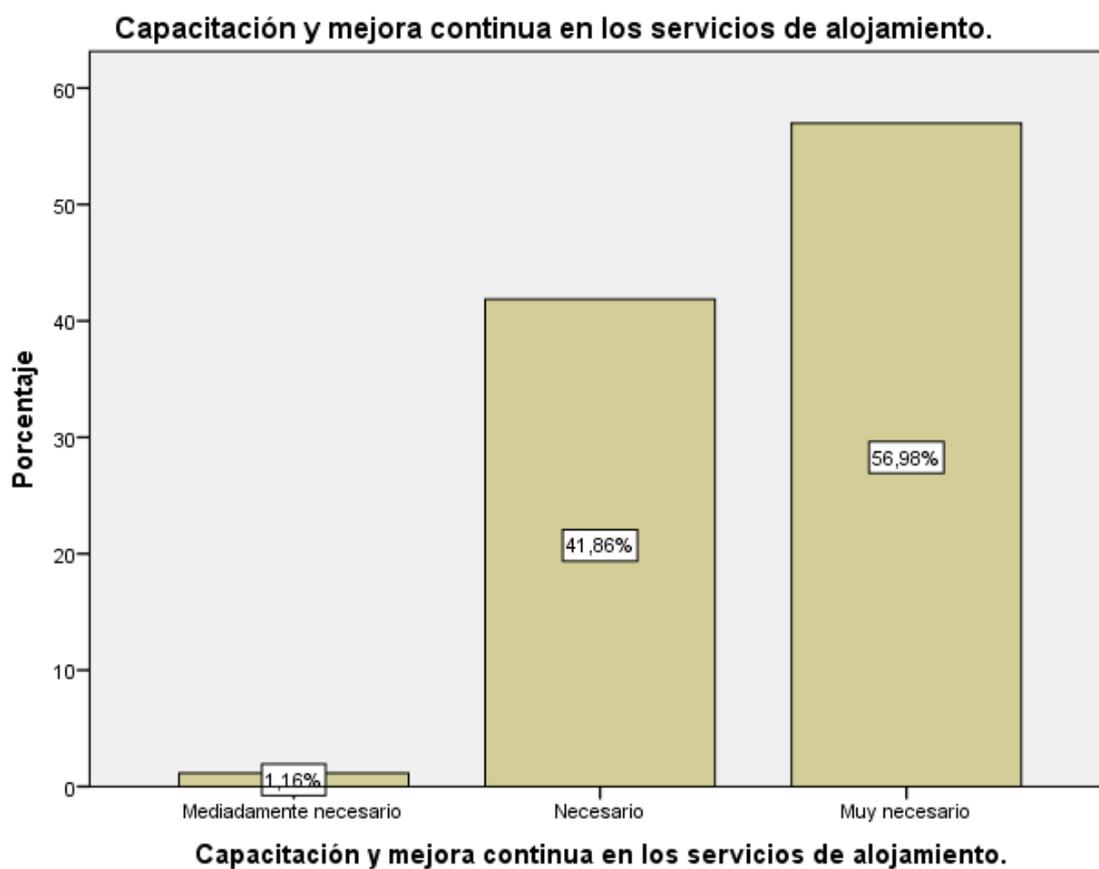
## 5. Capacitación y mejora continua en los servicios de alojamiento.

**Tabla 46** Capacitación y mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mediadamente necesario	1	1,2	1,2	1,2
	Necesario	36	41,9	41,9	43,0
	Muy necesario	49	57,0	57,0	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 17** Capacitación y mejora continua



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

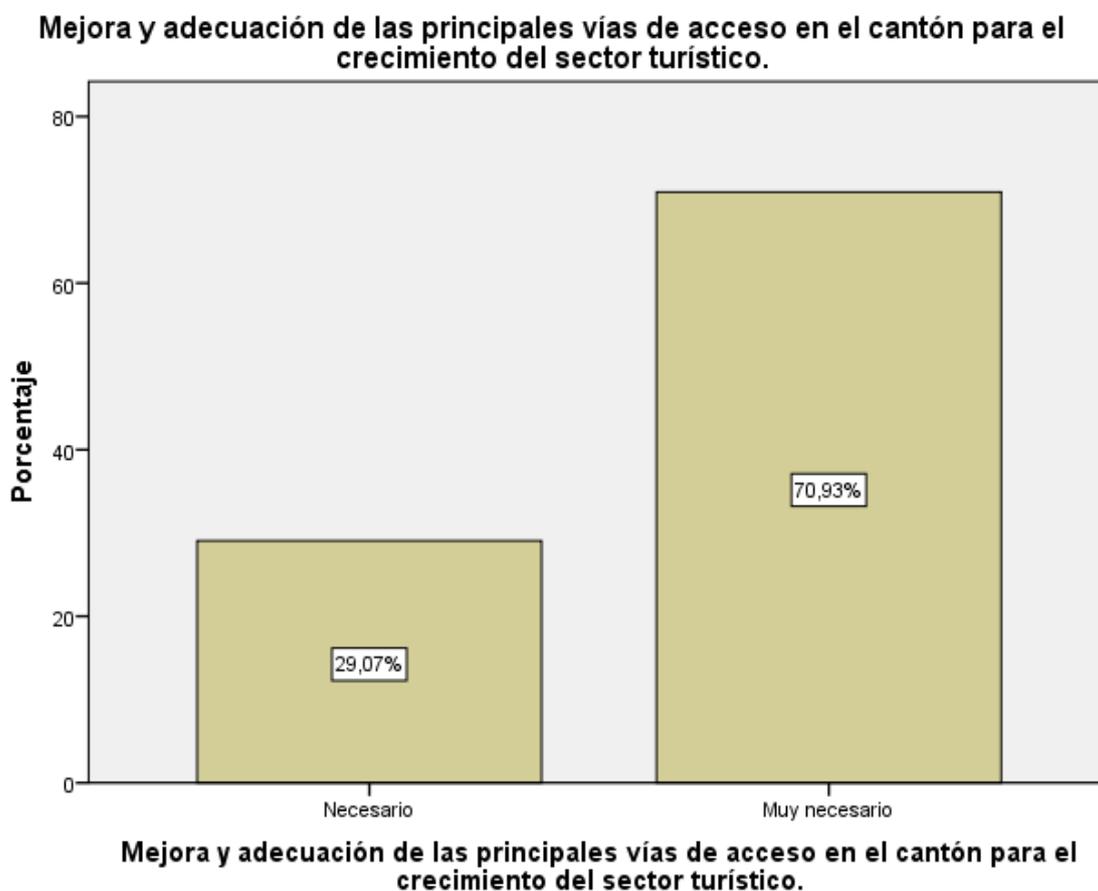
**6. Mejora y adecuación de las principales vías de acceso en el cantón para el crecimiento del sector turístico.**

**Tabla 47** *Mejora y adecuación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesario	25	29,1	29,1	29,1
	Muy necesario	61	70,9	70,9	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 18** *Mejora y adecuación*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

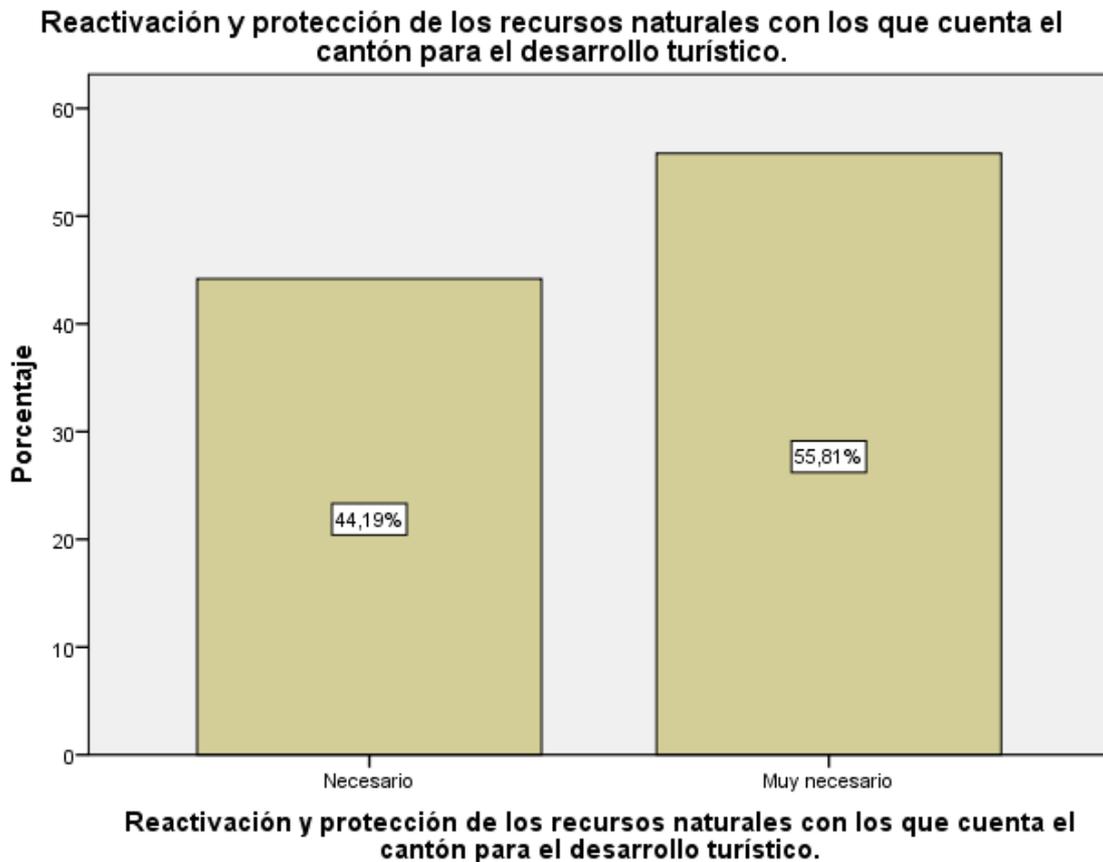
**7. Reactivación y protección de los recursos naturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.**

**Tabla 48** *Reactivación y protección*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesario	38	44,2	44,2	44,2
	Muy necesario	48	55,8	55,8	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 19** *Reactivación y protección*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**8. Reactivación y protección de los recursos culturales con los que cuenta el cantón para el desarrollo turístico.**

**Tabla 49** *Reactivación y protección de los recursos culturales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mediadamente necesario	1	1,2	1,2	1,2
Necesario	37	43,0	43,0	44,2
Muy necesario	48	55,8	55,8	100,0
Total	86	100,0	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 20** *Reactivación y protección de los recursos culturales*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

✚ Variable dependiente

❖ INFORMACIÓN GENERAL

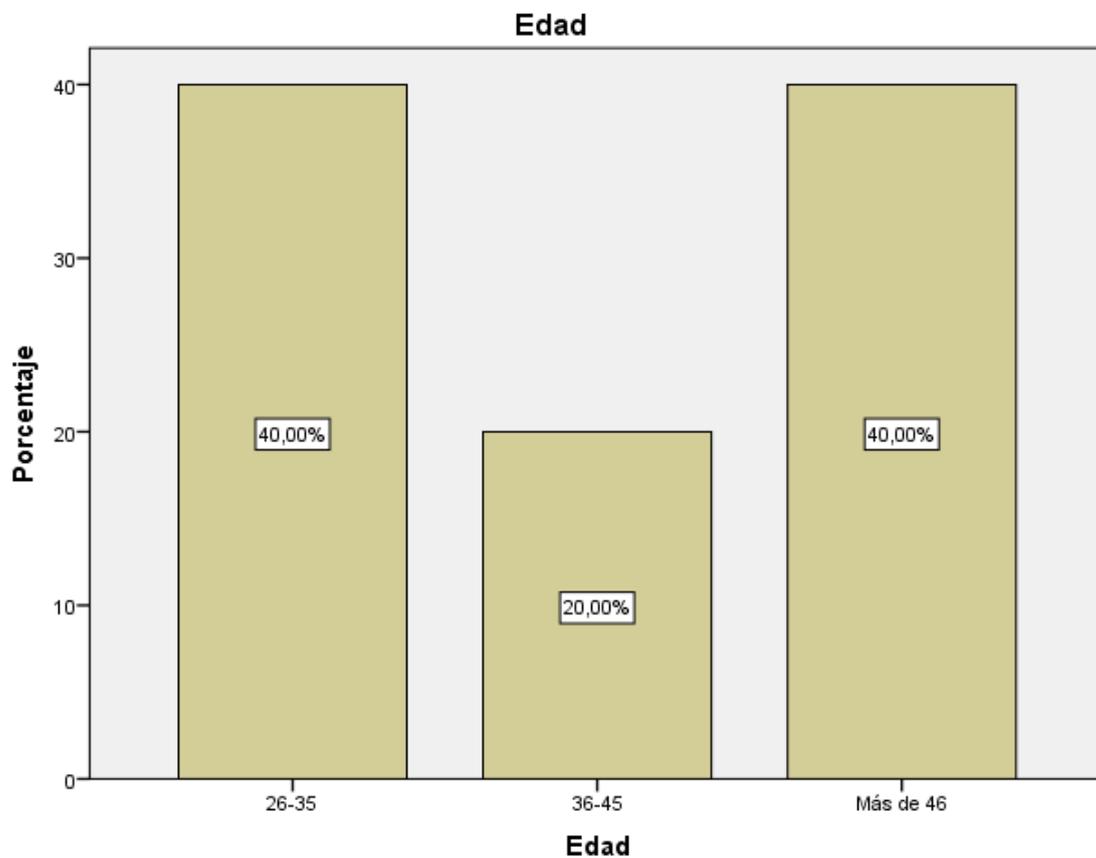
a) Edad

Tabla 50 *Edad*

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-35	2	2,3	40,0	40,0
	36-45	1	1,2	20,0	60,0
	Más de 46	2	2,3	40,0	100,0
	Total	5	5,8	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

Figura 21 *Edad*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

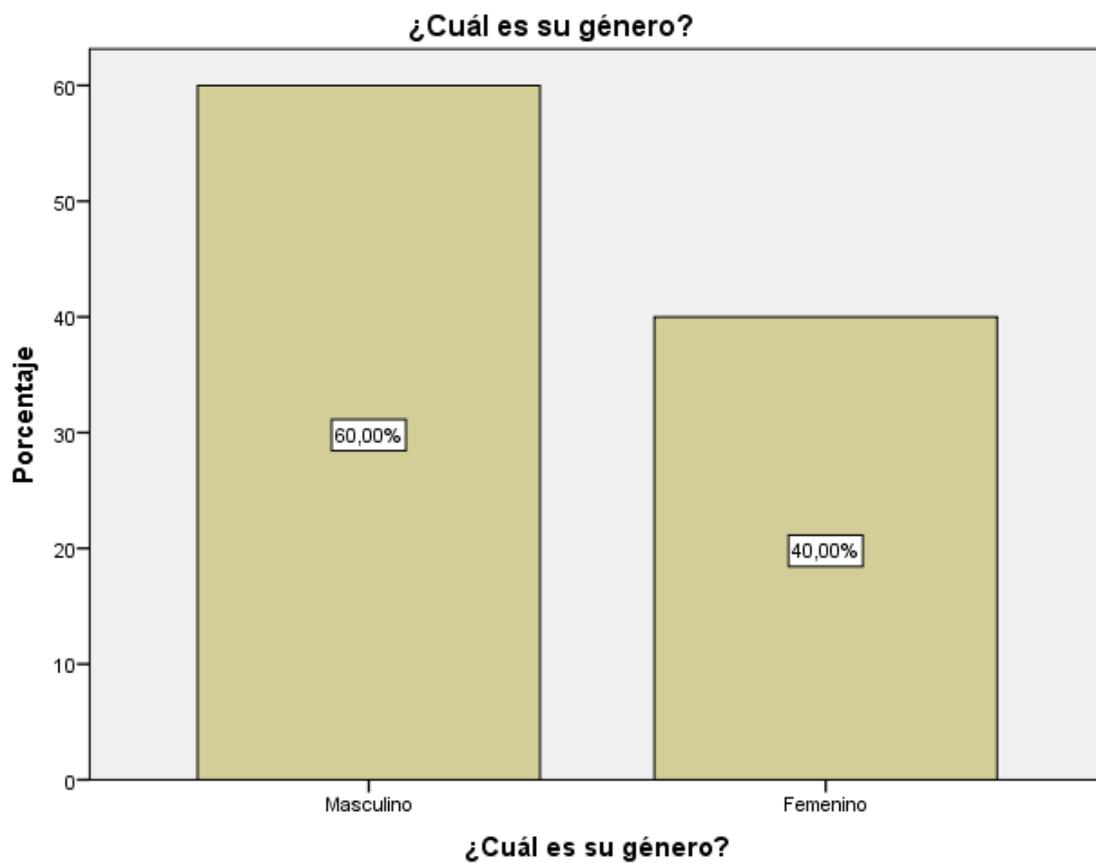
## b) Género

**Tabla 51** *Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	3	3,5	60,0	60,0
	Femenino	2	2,3	40,0	100,0
	Total	5	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 22** *Género*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

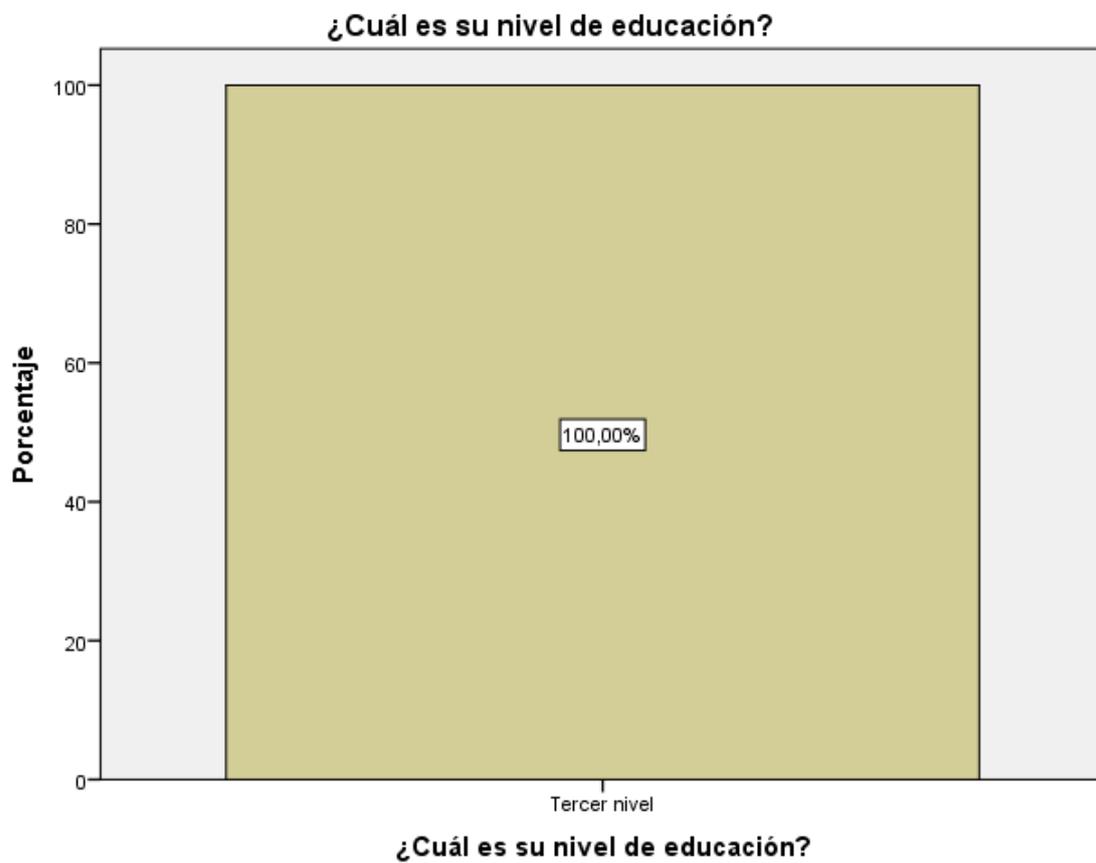
**c) Nivel de educación**

**Tabla 52** Nivel de educación

<b>¿Cuál es su nivel de educación?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tercer nivel	6	5,8	100,0	100,0

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 23** Nivel de educación



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

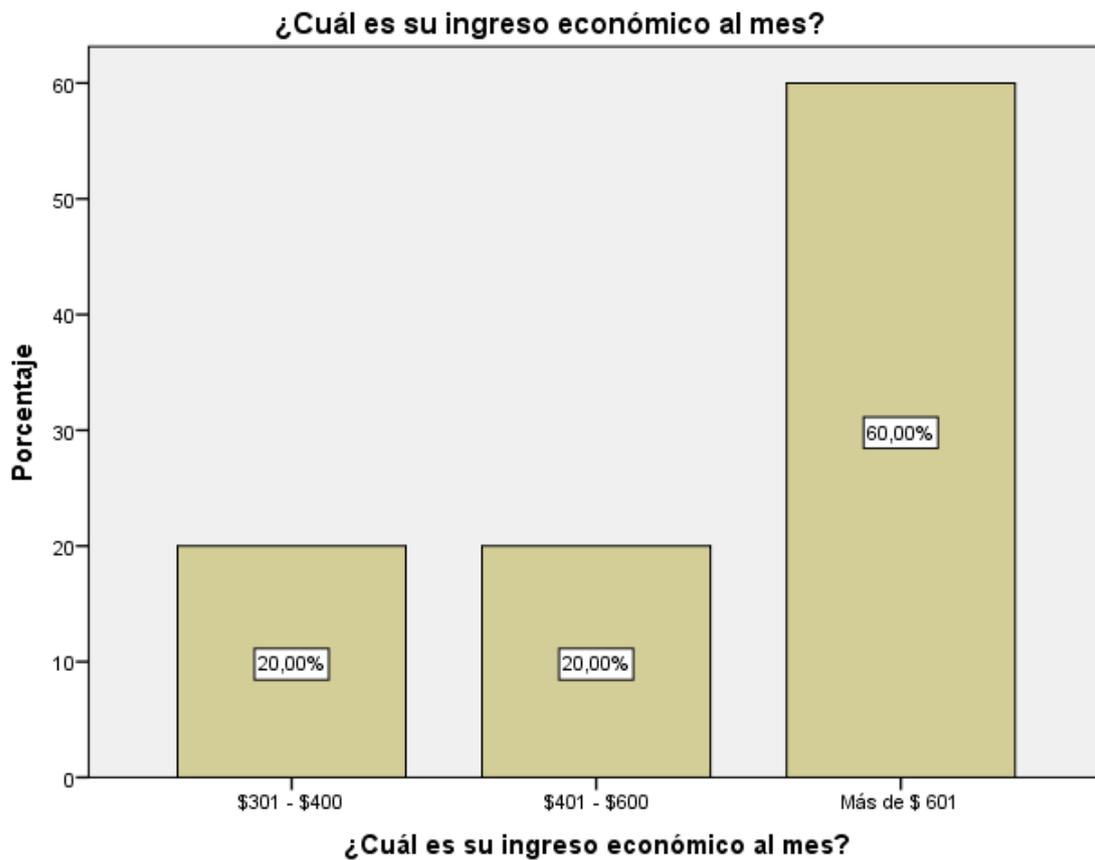
#### d) Ingreso económico

**Tabla 53** *Ingreso económico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$301 - \$400	1	1,2	20,0	20,0
	\$401 - \$600	2	1,2	20,0	40,0
	Más de \$ 601	3	3,5	60,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 24** *Ingreso económico*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

## ❖ INFORMACIÓN ESPECÍFICA

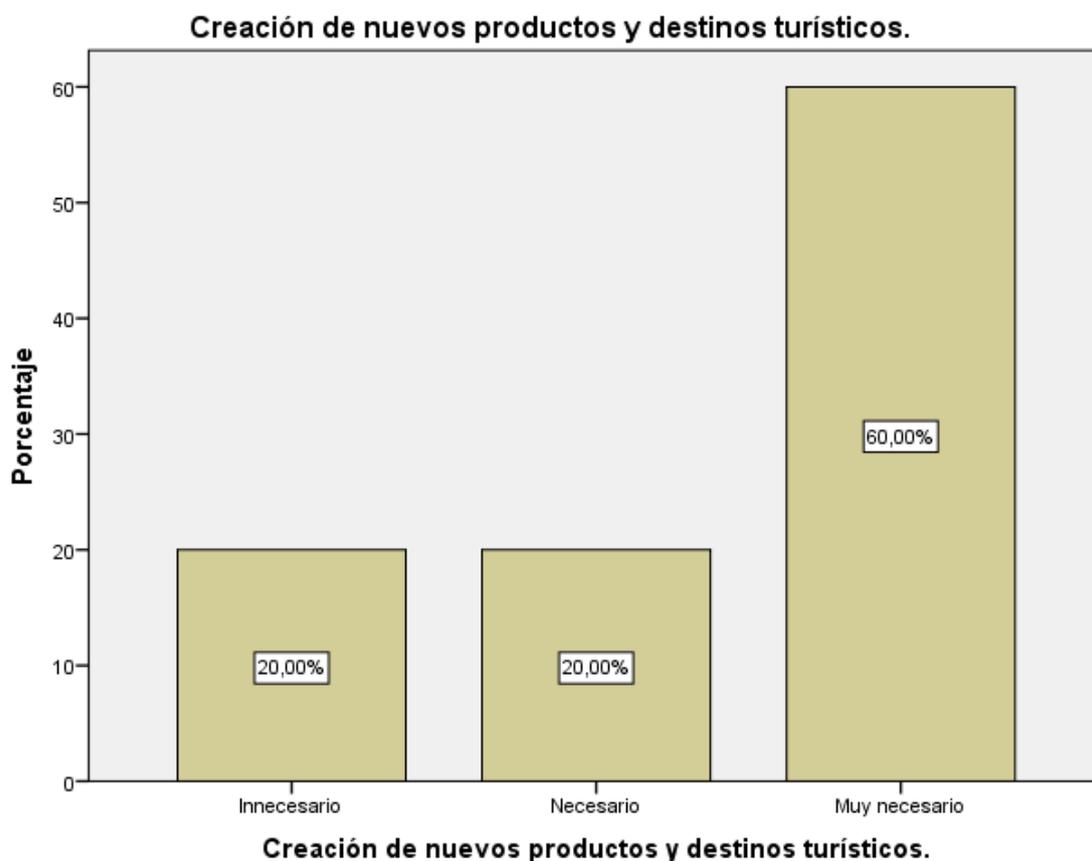
### 1. Creación de nuevos productos y destinos turísticos.

**Tabla 54** *Productos y destinos turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Innecesario	1	1,2	20,0	20,0
	Necesario	2	1,2	20,0	40,0
	Muy necesario	3	3,5	60,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 25** *Productos y destinos turísticos*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**2. Implementación de facilidades turísticas en los diferentes atractivos que posee el cantón Pallatanga.**

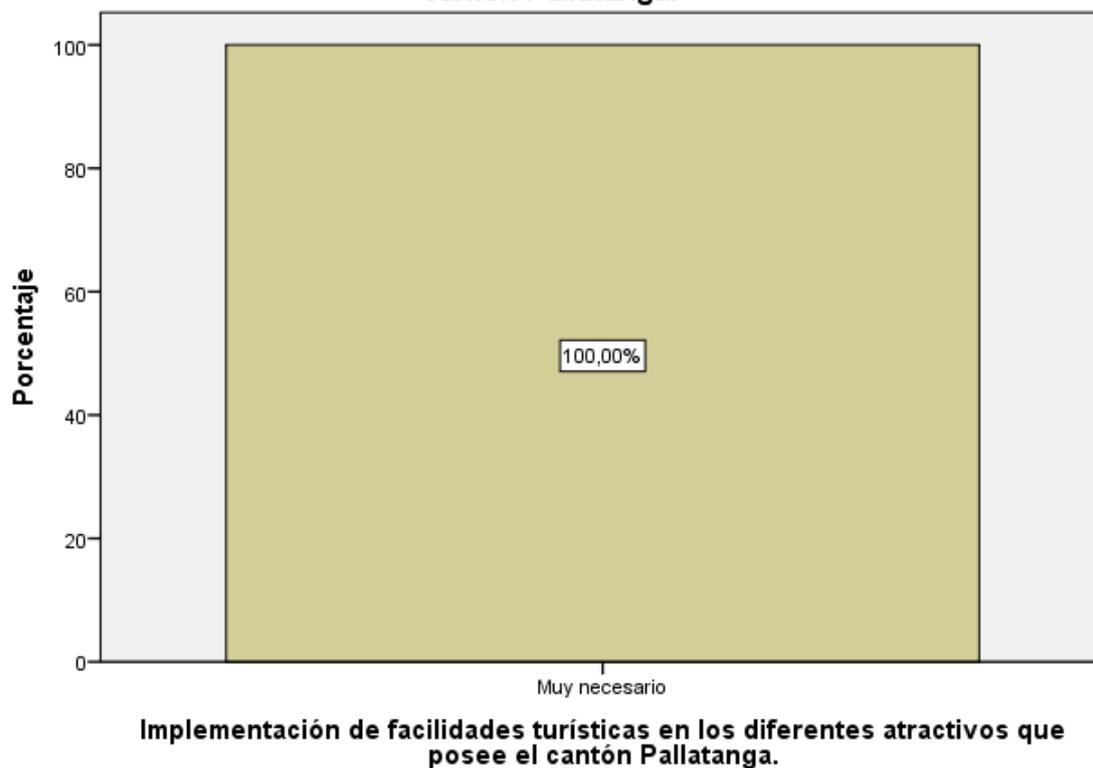
**Tabla 55** *Implementación de facilidades turísticas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy necesario	6	5,8	100,0	100,0

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 26** *Implementación de facilidades turísticas*

**Implementación de facilidades turísticas en los diferentes atractivos que posee el cantón Pallatanga.**



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**3. Adecuada accesibilidad a diferentes atractivos turísticos y de esta manera facilite su ingreso.**

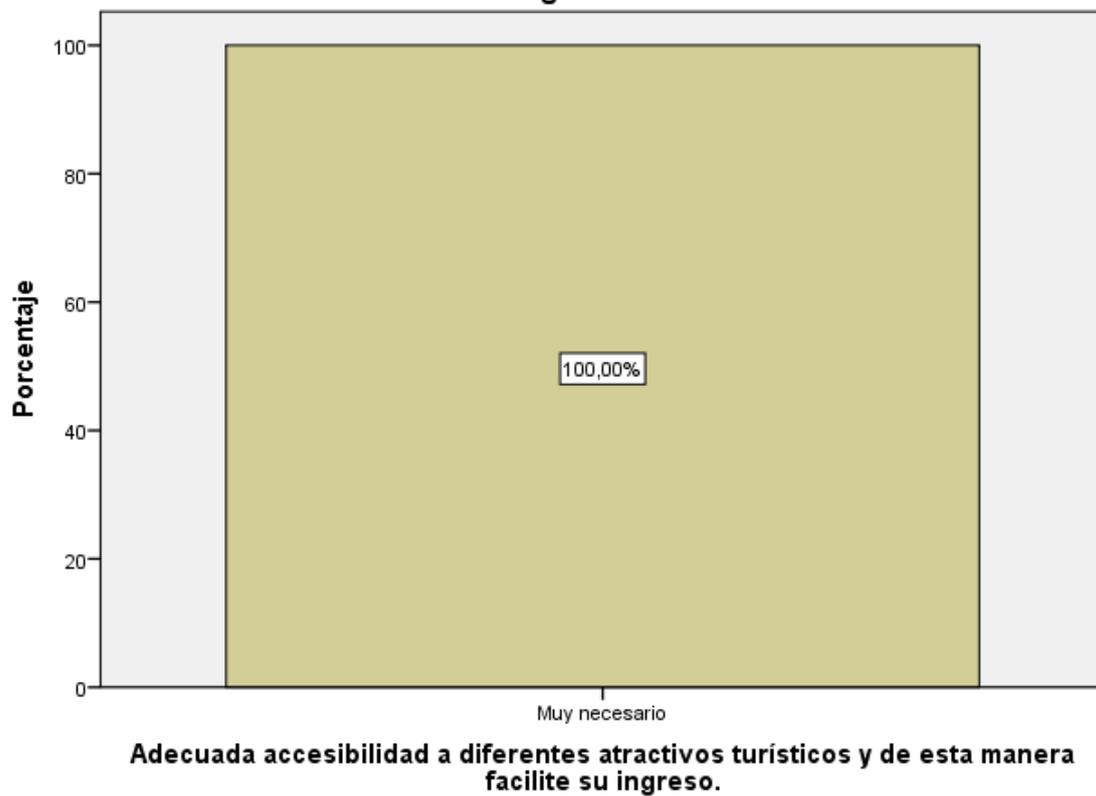
**Tabla 56** *Adecuada accesibilidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy necesario	6	5,8	100,0	100,0

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 27** *Adecuada accesibilidad*

**Adecuada accesibilidad a diferentes atractivos turísticos y de esta manera facilite su ingreso.**



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

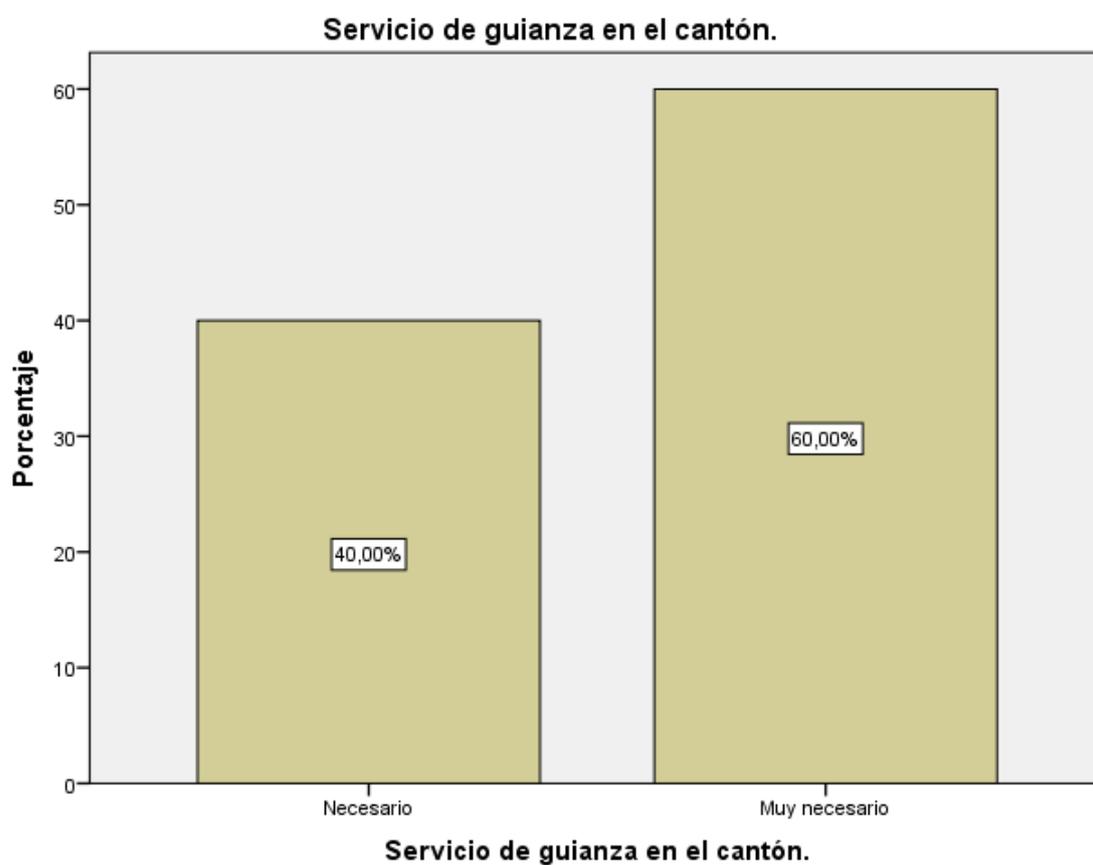
#### 4. Servicio de guianza en el cantón.

**Tabla 57** Servicio de guianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesario	2	2,3	40,0	40,0
	Muy necesario	4	3,5	60,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 28** Servicio de guianza



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

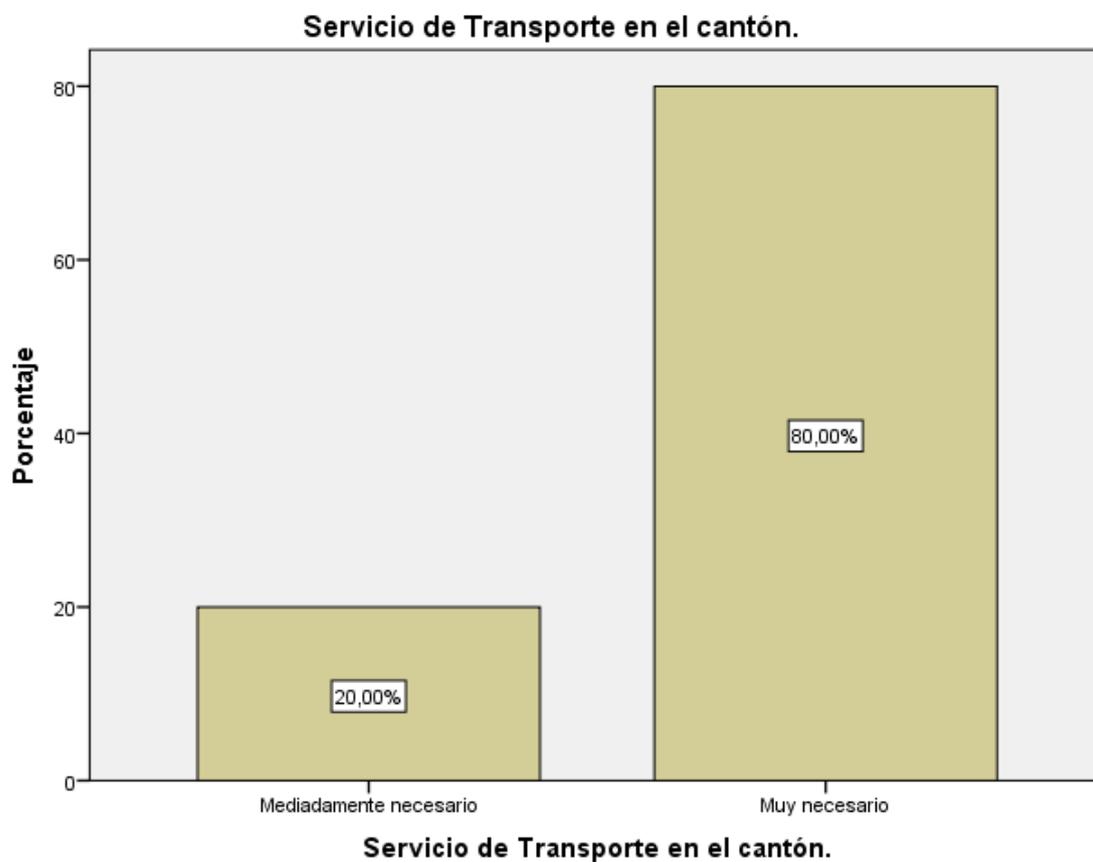
## 5. Servicio de transporte en el cantón.

**Tabla 58** Servicio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mediadamente necesario	2	1,2	20,0	20,0
	Muy necesario	4	4,7	80,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 29** Servicio de transporte



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

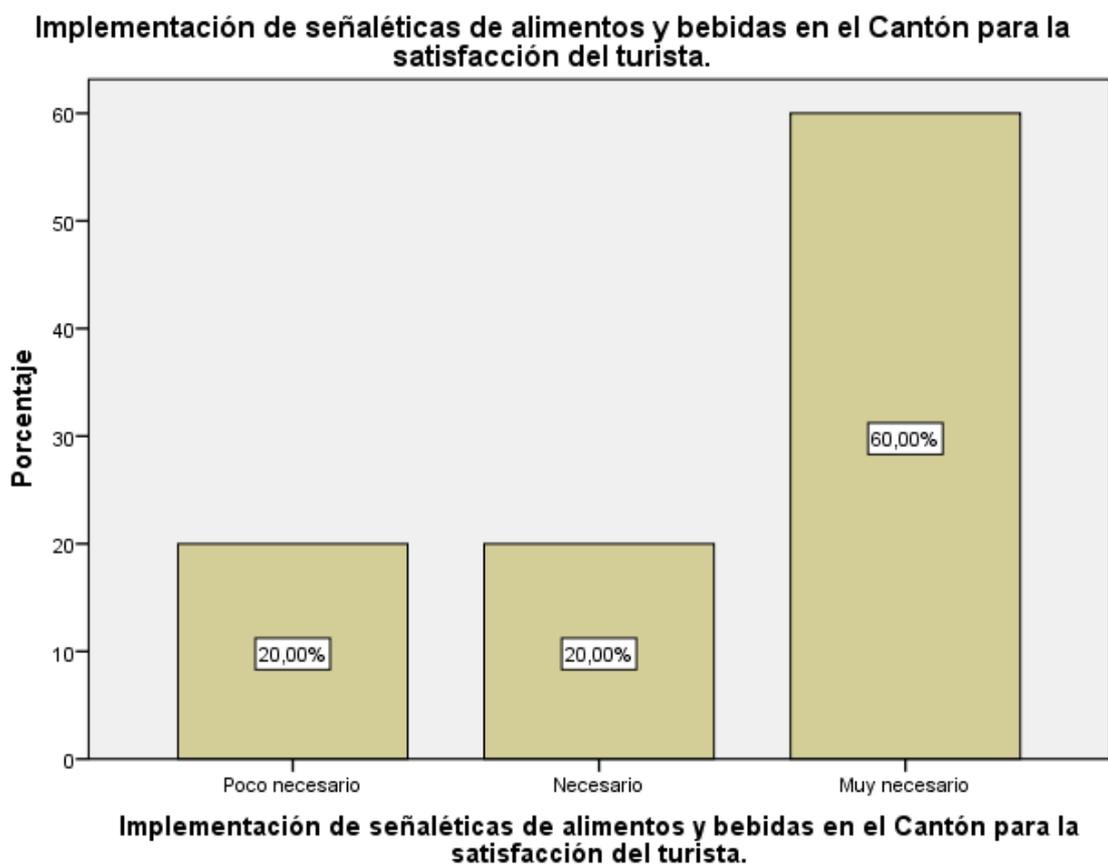
## 6. Implementación de señaléticas de alimentos y bebidas en el Cantón para la satisfacción del turista.

**Tabla 59** *Implementación de señaléticas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco necesario	1	1,2	20,0	20,0
	Necesario	2	1,2	20,0	40,0
	Muy necesario	3	3,5	60,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 30** *Implementación de señaléticas*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**7. Implementación de agencia de viaje en el cantón para brindar un mejor servicio y asesoría Turística.**

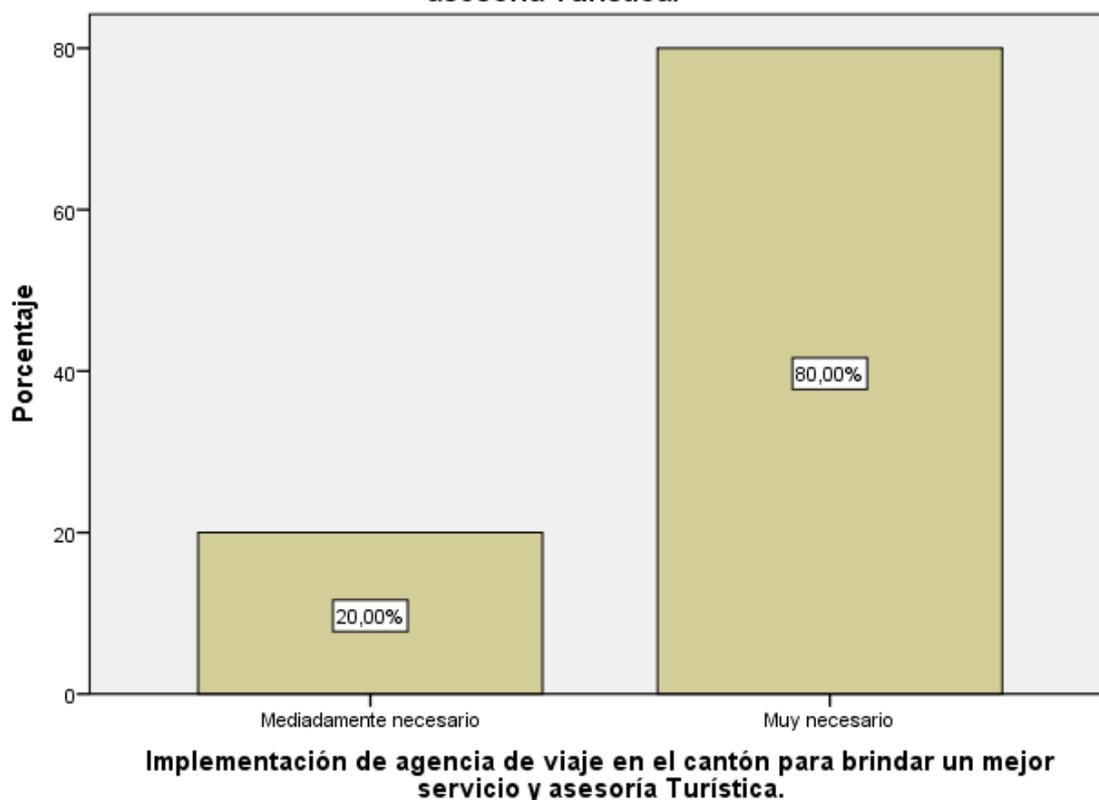
**Tabla 60** *Implementación de agencia de viaje*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mediadamente necesario	2	1,2	20,0	20,0
	Muy necesario	4	4,7	80,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 31** *Implementación de agencia de viaje*

**Implementación de agencia de viaje en el cantón para brindar un mejor servicio y asesoría Turística.**



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**8. Conservación y preservación de los sitios naturales que posee el cantón para un turismo más sustentable.**

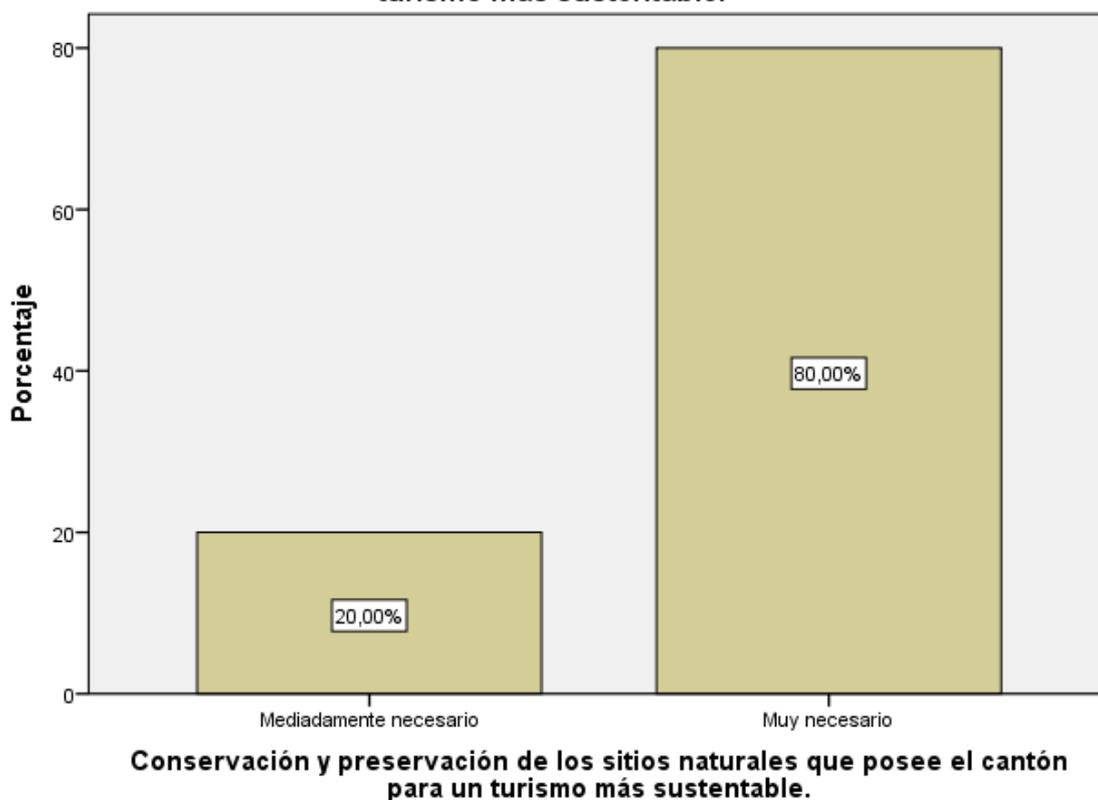
**Tabla 61** *Conservación y preservación de los sitios naturales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mediadamente necesario	2	1,2	20,0	20,0
	Muy necesario	4	4,7	80,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 32** *Conservación y preservación de los sitios naturales*

**Conservación y preservación de los sitios naturales que posee el cantón para un turismo más sustentable.**



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

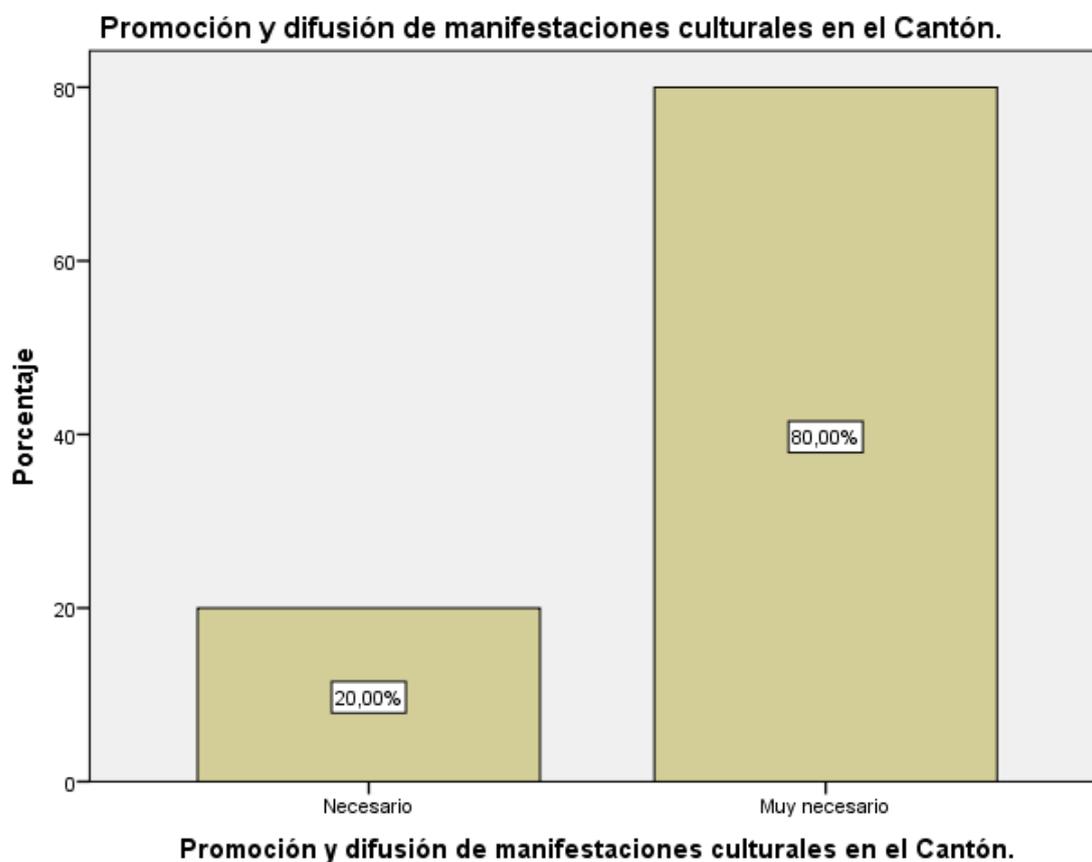
## 9. Promoción y difusión de manifestaciones culturales en el Cantón.

**Tabla 62** *Manifestaciones culturales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesario	2	1,2	20,0	20,0
	Muy necesario	4	4,7	80,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 33** *Manifestaciones culturales*



*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**10. Fomento de una conciencia turística y amigable con el medio ambiente en los turistas que visitan el cantón.**

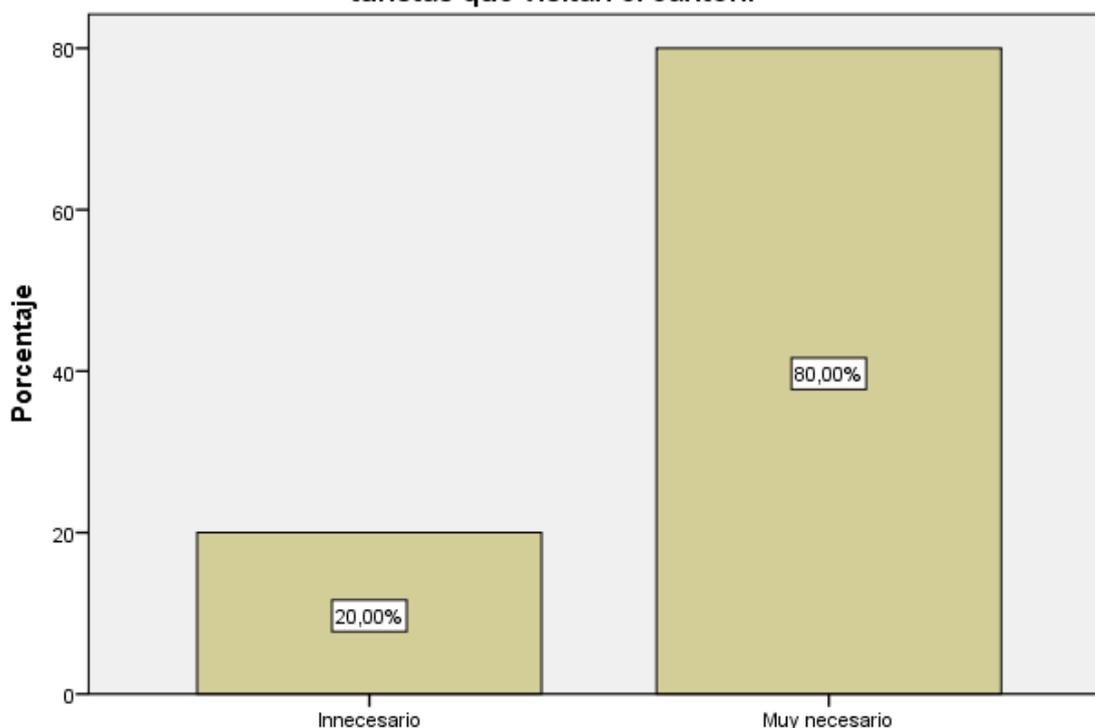
**Tabla 63** *Conciencia turística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Innecesario	2	1,2	20,0	20,0
	Muy necesario	4	4,7	80,0	100,0
	Total	6	5,8	100,0	

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

**Figura 34** *Conciencia turística*

**Fomento de una conciencia turística y amigable con el medio ambiente en los turistas que visitan el cantón.**



**Fomento de una conciencia turística y amigable con el medio ambiente en los turistas que visitan el cantón.**

*Nota.* Adaptado de IBM SPSS Statistics 25, por Lasso (2023).

Anexo 6. Estrategias de marketing

❖ FLYRES

Figura 35 Flyers N. 01 - Ruta ciclística “El Lechero”

**PALLATANGA**  
Adventure

**EXPLORA**  
**Pallatanga**  
**Ruta Ciclística**  
**"El Lechero"**

**\$60**

**RUTA**

Comunidades:  
El Olivo  
Jesús de Gran Poder  
San José de Pajón  
Guaro  
Pilchipamba

**Actividad:**

Ciclo paseo  
Piscina  
Sauna  
Canchas sintéticas

Concentración: Parque central  
Ruta: Comunidad Panza - Parque del Buen Vivir  
Movilidad en Transporte Turístico  
Incluye: Desayuno y almuerzo

**Full Day**

Contactos: 0958697813  
Dirección: Calle 10 de agosto y García Moreno

Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram icons

Nota. Flyers de la ruta ciclística “ El Lechero”, por Lasso (2023).

Figura 36 Flyers N.02 - Ruta Rancho "Jalubí Camping"

**PALLATANGA**  
Adventure

**EXPLORA**  
**Pallatanga**  
**RANCHO**  
**"Jalubí Camping"**

**\$95**

**RUTA**

- Mirador Colibrí
- Comunidad Jalubí
- Bosque nativo el corazón
- Árbol el Olivo
- Cascada "El Oso"
- Museo
- Enoturismo
- Miradores
- Cascadas
- Pesca Deportiva

**Actividad**

- Trekking
- Camping
- Pesca Deportiva

**2 días 1 Noche**

Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp icons

**Contactos: 0958697813**  
**Dirección: Calle 10 de agosto y García Moreno**

Nota. Flyers Rancho "Jalubí Camping", por Lasso (2023).

Figura 37 Flyers N.03 – Adventours “Guangashi”



**PALLATANGA**  
Adventours

**EXPLORA**  
*Pallatanga*  
**ADVENTOURS**  
*"Guangashi"*

**\$125**

**Full Day**

**RUTA**

- Puente Cornelio Dávalos
- Cascada Guangashí
- Comunidad Santa Ana Sur
- City Tour

Actividad de Deporte Extremo

- Rapel
- Puenting
- Senderismo

Contactos: 0958697813

Dirección: Calle 10 de agosto y García Moreno

Facebook, WhatsApp, Instagram, Telegram icons

Nota. Flyers Adventours “Guangashi”, por Lasso (2023).

## Anexo 7. Acta de descargo



OPERADORA DE TURISMO "PALLATANGA ADVENTURE"

### ACTA DE DESCARGO DE RESPONSABILIDADES DE LA MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURA

Yo, ....., con C.I. o PASAP..... En este contexto declaro lo siguiente:

- Practico voluntaria y únicamente bajo mi propia responsabilidad la modalidad de -----/------. Por ello, excuso de cualquier responsabilidad a la operadora de turismo "PALLATANGA ADVENTURE" y sus colaboradores y convengo en no denunciarles en caso de cualquier daño físico o material.
- Estoy física y mentalmente preparado, y suficientemente entrenado para esta modalidad, sin padecer enfermedad, defecto físico o lesión que impida mi práctica en esta prueba o que pueda agravarse como consecuencia.
- Soy consciente del riesgo adicional que conlleva esta modalidad de Turismo de aventura, en lugares de difícil acceso, por ello, me comprometo a mantener un comportamiento responsable que no aumente los riesgos para mi integridad física o psíquica.
- Me comprometo a seguir las pautas generales de respeto al medio ambiente reglas y normas dispuestas en cada atractivo, ya sea por Ministerios, GADs, trabajadores u miembros de la comunidad, las mismas que deberán ser respetadas.
- Dispongo de todo el material deportivo exigido para esta modalidad y garantizo que se encuentre en buen estado, sé utilizarlo adecuadamente y lo portaré durante la totalidad del recorrido.
- Igualmente admito que soy el único responsable de mis posesiones y equipamiento deportivo durante el desarrollo del recorrido.
- Por último, permito el libre uso de mi nombre y cualquier dato de mi persona obtenida durante mi recorrido dentro del área protegida, para fines estadísticos, turísticos o los que la autoridad pertinente vea necesario.

En (Ciudad) \_\_\_\_\_ a (día) \_\_\_\_\_ de (mes) \_\_\_\_\_ de (año) \_\_\_\_\_

-----  
Firma del responsable  
Nombre:  
CI:

PALLATANGA / av. 10 de agosto & García Moreno / Celular:0958697813



**OPERADORA DE TURISMO "PALLATANGA ADVENTURE"**

**Atractivo o actividad a realizar:**

**INDEPENDIENTE:**

<b>Ruta</b>	<b>Actividad</b>	<b>Fecha de salida</b>	<b>Fecha de fin</b>

**RESPONSABLE**

<b>C.I.</b>	<b>Nombre</b>	<b>Celular</b>	<b>E-Mail</b>

**LISTADO DE TURISTAS**

<b>C.I.</b>	<b>Nombres</b>	<b>Edad</b>	<b>Genero</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>País</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Firma</b>