

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión  
Turística y Hotelera

TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del proyecto

OFERTA Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SIMIATUG DEL  
CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR.

**Autora**

Marcia Beatriz Tibanlombo Caiza

**Tutor:**

Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca.

**Riobamba – Ecuador**

**Año- 2019**

## CERTIFICACIÓN

Los miembros del tribunal de Graduación del proyecto de investigación titulado “OFERTA Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SIMIATUG DEL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR”, presentado por: Marcia Beatriz Tibanlombo Caiza y dirigido por el Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca.

Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

Dr. Diego Calvopiña. Phd

Presidente del tribunal

Mgs. Daniel Guerrero

Director del Proyecto

Mgs. Jimena Mayorga

Miembro del Tribunal 1

Mgs. Pablo Méndez

Miembro del Tribunal 2

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La responsabilidad del contenido de este proyecto de graduación nos corresponde exclusivamente a: Marcia Beatriz Tibanlombo Caiza (autor), Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca (tutor) y el contenido de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

Marcia Beatriz Tibanlombo Caiza

020199287-2

## **CERTIFICACIÓN DE LA ASESORÍA**

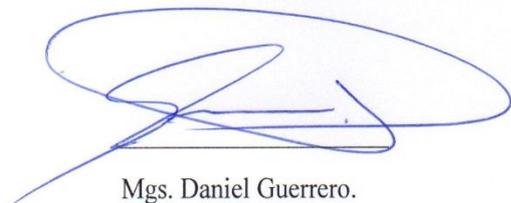
Por medio de la presente reciba un cordial saludo, a la vez que tengo el grado de comunicar que la Srta. Marcia Beatriz Tibanlombo Caiza con número de cédula 020199287-2, egresada de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; con el tema de proyecto “OFERTA Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SIMIATUG DEL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR”

La cual se encuentra dentro de los parámetros establecidos por la institución.

Por lo que solicito autorice continuar con el trámite pertinente y su posterior defensa.

Por la atención favorable anticipo mi agradecimiento.

Atentamente



Mgs. Daniel Guerrero.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi Familia, a mi padre Rafael Tibanlombo, a mi madre Consuelito Caiza, a mis hermanos/hermanas y a mi cónyuge Cesar Cambo por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi hija Jhoselin Mariela Cambo Tibanlombo que es mi pilar fundamental, me ha dado el incentivo más fuerte para una mujer.

Y a mis amigas Cary, Jemy por hacer de la vida universitaria una experiencia inolvidable y llena de grandes recuerdos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecida con Dios, por las bendiciones, sabiduría y ser la guía de mis transitaros para cumplir cada reto y meta planteada.

A mi hija Jhoselin Mariela Cambo, mi cónyuge Cesar Cambo y a mi familia, a mis padres, hermanos/hermanas que han sido el soporte esencial para concluir con todo el proceso académico, apoyándome económicamente y moralmente.

A los docentes de la carrera en Gestión Turística y Hotelera, que siempre han impartido en su conocimiento e importancia del valor de cada ser humano.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ASESORÍA .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Situación Problemática.....	3
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.3. Justificación.....	4
1.3.1. Justificación teórica .....	4
1.3.2. Justificación práctica. ....	4
1.3.3. Justificación metodológica .....	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.4.3. Hipótesis General. ....	5
1.4.4. Hipótesis específicos .....	5
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO .....	6
2.1. Antecedentes de investigación.....	6
2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación .....	8
2.2.1. Epistemología de la oferta turística .....	8
2.2.2. Epistemología desarrollo turístico. ....	11
2.3. Bases Teóricas/Estado del arte .....	12
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	15
3.1.1. Tipo de investigación .....	15
3.1.2. Investigación documental.....	15
3.1.3. Investigación de campo .....	15
3.2. Unidad de análisis.....	16

3.3. Población de estudio.....	16
3.4. Tamaño de muestra.....	16
3.5. Selección de la muestra. ....	17
3.6. Operacionalización de variables y matriz de consistencia. ....	18
3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación. ....	22
3.8. Validez de los instrumentos.....	22
3.9. Confiabilidad de los instrumentos .....	23
3.10. Análisis e interpretación de la información.....	23
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	24
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	24
4.3. Resumen de la propuesta .....	33
CONCLUSIONES.....	34
RECOMENDACIONES .....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	35
ANEXOS .....	36

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Población de servicios turísticos .....	16
Tabla 2. Población de Entidades.....	17
Tabla 3. Matriz de Operacionalización de variable Independiente .....	18
Tabla 4. Matriz de Operacionalización de variable Dependiente.....	19
Tabla 5. Matriz de consistencia. ....	20
Tabla 6. Validez de variable independiente.....	22
Tabla 7. Validez de variable dependiente.....	23
Tabla 8. Alfa Crombash.....	23
Tabla 9. Resumen de análisis prestadores de servicios turísticos.....	24
Tabla 10. Resumen de análisis a Entidad de la Parroquia Simiatug.....	27
Tabla 11. Hipótesis General .....	30
Tabla 12. Prueba de Chi cuadrado .....	30
Tabla 13. Hipótesis Especifico 1 .....	31
Tabla 14. Prueba de Chi cuadrado .....	31
Tabla 15. Hipótesis Especifico 2 .....	32
Tabla 16. Prueba de Chi Cuadrado .....	32

## **RESUMEN**

La presente investigación se resalta la importancia del desarrollo turístico, en base a la oferta de los atractivos y prestadores de servicios turísticos de la parroquia Simiatug. Ya que existe lugares de visita que deben ser aprovechados positivamente para mejorar la calidad de vida de la localidad.

La investigación tiene como propuesta, diseñar la estrategia para la parroquia Simiatug, enfocando al desarrollo turístico que permita el mejoramiento de la oferta turística, como una alternativa de solución ante la oferta turística y su relación con el desarrollo turístico de la parroquia. Donde se demuestra la falta prestar servicios con calidad, inadecuada infraestructura y las autoridades no ejecutan los planes y proyectos turísticos, ha ocasionado un reducido nivel de turistas, que en los últimos años se ha venido generando una mínima cantidad de economía en la parroquia.

Se propone las estrategias para la oferta con las instituciones públicas y privadas, el cual es planificado secuencialmente para lograr el objetivo de mejorar la oferta turística impulsando el desarrollo turístico, por medio de las actividades en cómo mejorar los servicios que ofrecen cada una de las empresas turísticas, hacer diseños de nuevos servicios turísticos para la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros de esta manera; la parroquia de Simiatug sea conocido a nivel Regional

**Palabras clave:** desarrollo turístico, oferta, servicios turísticos, actividad turística, recursos naturales.

## Abstract

This research stands out the importance of tourist development based on the offer of the attractions and providers of tourist services in the Simiatug parish. Since there are places to visit that should be used positively in order to improve the life quality of the location.

The research has the proposal of designing the strategy for the Simiatug parish, focusing on the tourist development that allows the improvement of the tourist offer, as a solution alternative for the tourist offer and its relation with the tourist development of the parish in which the failure to provide quality services is shown, as well as an inadequate infrastructure because the authorities do not implement tourist plans and projects, it has led to a low level of tourists, factor which in recent years has been generating a minimum amount of economy in the parish.

The strategies for the offer with public and private institutions are proposed, which are planned sequentially in order to achieve the objective of improving the tourist offer by promoting tourist development, through activities on how to improve the services offered by each one of the tourist companies, designing new tourist services for the satisfaction of national and foreign tourists, so that in this way the parish of Simiatug can be known at regional level.

**Keywords:** Offer, tourism development, services, tourist attractions.



Reviewed by: Armas, Geovanny



Linguistic Competences Professor

## **INTRODUCCIÓN**

El sector turístico del Ecuador tiene un enorme potencial y se constituye como uno de los principales motores de la economía, para su desarrollo; Esto se debe a que nuestro país posee una gran ventaja en biodiversidad, ubicación geográfica, y por tener gran variedad de atractivos naturales y culturales para ofertar a los turistas.

La Parroquia Simiatug, busca desarrollar el turismo en el pueblo y sus comunidades que están vinculada hacia el turismo, incrementando la oferta turística, posee muchos recursos turísticos como; atractivos naturales, culturales que pueden ser aprovechados por la actividad turística, y administrados por el GADP y las instituciones privadas.

La presente investigación se refiere, al tema de oferta y desarrollo turístico en el pueblo ya que, se busca desarrollar el turismo de la parroquia y sus comunidades que están vinculada hacia el turismo, con el fin de incrementar más empleo, ingresos económicos y servicios turísticos; mismos que engloba cuatro capítulos.

### **Capítulo I**

Esta sección se refiere al problema de investigación, se plantea la contextualización y seguidamente se establece el árbol de problemas con sus causas y efectos respectivos, por otra parte, se analiza las consecuencias que se podrían dar al no realizar la investigación. Se formula el problema de manera interrogante y del mismo se expanden las preguntas directrices que es base para los objetivos del trabajo, también se justifica la investigación determinando las razones por el tema que debe ser investigado y finalmente se elaboran los objetivos e hipótesis para obtener resultados.

### **Capítulo II**

Este capítulo se conceptualiza en base a fundamentos de autores para la epistemología de la investigación y los artículos científicos es para desarrollar el estado de arte, que contribuyen a una mejor comprensión del tema, esto se establece conceptos relacionados a la variable independiente y dependiente.

### **Capítulo III**

Hace referencia a la metodología aplicada, en este caso se estableció dos fases: la técnica participativa en la cual los personales de la entidad pública, privada y los pobladores que presta servicio turístico brindan la información verídica de los sitios

potenciales con lo que cuentan realizado mediante las encuestas con preguntas claras y precisas.

#### **Capítulo IV**

En este capítulo se elabora el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos a través de las 50 encuestas a los prestadores de servicios turísticos y 30 encuestas a los trabajadores de la instituciones públicas y privadas, para verificar la hipótesis se emplea el chi cuadrado que dio como resultado la oferta si incide en el desarrollo turístico en la parroquia Simiatug.

Seguidamente consta de las conclusiones y recomendaciones que se han planteado en la investigación, las mismas que conducen a la propuesta.

Anexo denominado como la “Propuesta” se plantea la propuesta que dará solución al problema de investigación, el mismo que deberá ser justificado y fundamentado de acuerdo el avance.

## **CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Situación Problemática**

En la parroquia Simiatug, tiene cuarenta y dos comunidades en algunas de ellas; conservan sus tradiciones y costumbres, y que además poseen una gran diversidad de recursos naturales, culturales e históricos que lo hace un lugar apropiado para desarrollar diferentes tipos de turismo.

El problema fundamental es desarrollo turístico por limitada oferta en la Parroquia Simiatug, esta causa surge por desinterés de las autoridades públicas y privadas en el sector turístico, siendo como efecto la disminución de la rentabilidad de los servicios turísticos que existe en la parroquia.

Seguidamente se evidenció que otra de las causas existe oferta turística desconocida esto afecta a consolidación de productos turísticos por no haber realizado estudios técnicos de los recursos que posee en la parroquia Simiatug.

Finalmente se evidencio limitados recursos económicos y de talento humano en gestión pública y/o privada cabe mencionar que afecta la sensibilización o interés en prestaciones de servicios turísticos, en esta zona existe deficiencia organización participativa y auto gestión por los mismos pobladores que son los principales efectos que pueden surgir en la desconfianza de la actividad y la esperanza de mejorar la calidad de vida.

### **1.2 Formulación del Problema**

¿Cómo la oferta influye en desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug del Cantón Guaranda Provincia Bolívar?

**Los problemas específicos son:**

- ¿De qué manera la gestión pública, privada se relaciona en el desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug?
- ¿En qué medida los recursos naturales y culturales inciden en el desarrollo turístico de la Parroquia?
- ¿Cuáles son las dificultades en la oferta para dinamizar el desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug?

## **1.3 Justificación**

### **1.3.1 Justificación teórica**

Según el MINTUR, (2017). El turismo es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural. Esta importancia se evidencia en el alza en la generación de importantes ingresos para la mayoría de los países que han intervenido de manera responsable y sostenible sobre sus productos y atractivos turísticos. De manera complementaria el turismo es dinamizadora de la economía que permite mejorar la calidad de vida de los pobladores de la parroquia; además se puede convertir a Simiatug en un destino turístico muy destacado a nivel nacional.

### **1.3.2 Justificación práctica.**

Con la información de GADP, asociaciones privadas y sus habitantes que prestan servicios turísticos de la parroquia Simiatug, surge la necesidad de plantear las estrategias para las autoridades con el fin de fortalecer la oferta que permitirá aprovechamiento idóneo de su riqueza cultural y natural, generando interés para los turistas.

Es una parroquia eminentemente indígena, sus principales actividades son agropecuarias y una de sus características llamativas es su feria indígena que se lleva a cabo los días miércoles.

### **1.3.3 Justificación metodológica**

Este proyecto utiliza tres tipos de métodos, cuantitativo que según Tamayo (2007), “consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. El cualitativo según Sandín (2003), “es una actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también hacia el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos”, el descriptivo según Bayona (2016), “se utiliza para frecuencias, promedios y otros cálculos estadísticos. A menudo el mejor enfoque, antes de la escritura de investigación descriptiva, es llevar a cabo un estudio de investigación”.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la oferta y su influencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug del Cantón Guaranda Provincia de Bolívar.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Identificar el estado actual de la gestión pública, privada que influye el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.
- Determinar los recursos naturales y culturales que incide en desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug.
- Proponer estrategia para dinamizar el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.

### **1.4.3 Hipótesis General.**

- La oferta influye en el desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug.

### **1.4.4 Hipótesis específicos**

- La gestión pública, privada influye significativamente en el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.
- Con la determinación de recursos naturales y culturales se demuestra un aumento en desarrollo turístico de la Parroquia.
- La estrategia turística dinamiza el desarrollo turístico en la parroquia Simiatug.

## **CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de investigación**

La OMT (2015) expresa “Al turismo como un sector de oportunidades, capaz de crear negocios, empleo, potenciador de crecimiento y desarrollo de un área, estímulo importante para proteger el medio ambiente y las culturas autóctonas, junto a esto trae aspectos positivos que implícitamente consigo el desarrollo turístico.”

El turismo es una de las actividades económicas que ha sufrido una mayor expansión en las últimas décadas. Si remontamos a mediados del siglo XX, podemos constatar que el turismo internacional era una actividad meramente simbólica, con solo 25 millones de turistas a nivel global en el año 1950. De hecho, la evolución ha sido vertiginosa, pues en el año 2000 se alcanzaron los 678 millones de turistas, ascendiendo a 950 millones en 2010. Además, según las estimaciones de la OMT se espera que para 2030 se superen los 1.800 millones de turistas. Precisamente, ha sido este importante crecimiento de la actividad turística lo que ha llevado a calificar al turismo como “uno de los fenómenos económicos y sociales más destacables del siglo XX” (Paulova., 2016).

Según los datos que proporciona la OMT (2004), el ritmo de crecimiento del turismo internacional en los países de ingresos medios y bajos, en los 10 últimos años, es del 95.5% mientras que ese mismo periodo la variación en los países de ingresos altos era del 36.7%. Igualmente, el turismo pudo considerarse en ese periodo la principal fuente de divisas en los 49 países más atrasados (excluido la industria petrolera) y que en los últimos diez años ha tenido un incremento en los ingresos del 45 % frente al 7.8% de los países.

Las últimas décadas Reunión de Gran Canarias, (2012), menciona la noción de “turismo y desarrollo” debe entonces comprenderse dentro del contexto general de “ayuda al desarrollo”, con el convencimiento de que el turismo puede conducir a los países menos avanzados (PMA) a aumentar su participación en la economía mundial.

Considerando el PLANDETUR 2020 (2007), los recursos turísticos no son aprovechados debidamente por limitada gestión y ofertas de productos hacia el mercado turístico a nivel nacional y mundial, en los últimos años el turismo a generando oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios bajo un marco legal, posicionado como un destino turístico

sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional.

En el estudio que realiza la Casa de la Cultura Núcleo de Bolívar “Benjamín Carrión”, “La Provincia Bolívar presenta una riqueza invaluable que se demuestra en sus costumbres, tradiciones, recursos naturales y formas de vida, que pueden ser aprovechadas por su gente, mediante el desarrollo del turismo en sus diversas modalidades.”

El autor Cornelio (2015), en el Cantón Guaranda existe la parroquia rural de Simiatug, que traducido al castellano significa “Boca de Lobo” “Shimi-atuc”, ya que según algunos habitantes cerca al poblado existe un peñasco que se asemeja a la cabeza y boca de un lobo de páramo y en honor a esta forma natural se debe a su nombre.

Simiatug GAD (2015) “La parroquia Simiatug es un pueblo con historia, comprende un espacio Habitado por asentamientos humanos sujetos a modalidad de comunidades tradicionales, las cuales se han formado a base de una dinámica de relacionamiento familiar; en esta parroquia los paisajes naturales tienen una belleza singular, dado que está ubicado en las faldas de la Cordillera Occidental. Días despejados, se contempla la belleza del sub trópico y la costa ecuatoriana. La población en su mayoría manifiesta interés por aprovechar sus recursos naturales y manifestaciones culturales dentro de la actividad turística.

Es una parroquia eminentemente indígena, sus principales actividades son agropecuarias y una de sus características llamativas es su feria indígena que se lleva a cabo los días miércoles en donde se comercializan los productos de la misma zona, artesanías elaborados por las mujeres indígenas y la venta de los animales criado por las familias, la que se puede contemplar el vaivén de ponchos rojos, anacos y collares de las indígenas; similar a lo que es actualmente la feria del cantón Otavalo en la provincia de Imbabura”.

Punina Ayda (2015) en su tesis “Valores Culturales para el Desarrollo del Turismo en la Parroquia Simiatug, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar” cuyo objetivo es Potencializar los valores culturales de la parroquia de Simiatug para aportar al desarrollo turístico del sector, concluye que la comunidad se proyecta hacia el desarrollo del turismo comunitario y cultural, ya que posee los recursos para el desarrollo de estas actividades, el cual es fundamental para ofertar, implementar y regular las actividades turísticas del lugar.

## **2.2 Marco Filosófico o epistemológico de la investigación**

### **2.2.1 Epistemología de la oferta turística**

“La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (Sancho, 2008).

La definición de la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, se refiere al producto alojamiento y la oferta complementaria; esto es al producto de alimentos y bebidas, conjuntamente con otro tipo de oferta (visita a museos, visita a parques temáticos, excursiones. (Ludeña, 2016).

“La oferta turística está compuesta por los vendedores que ofrecen productos y servicios a los compradores para satisfacer sus necesidades. Estos vendedores se denominan proveedores turísticos o prestatarios de servicio. Ellos ponen a disposición de la demanda turística bienes y servicios para su satisfacción, por ejemplo, las agencias de viaje, las líneas aéreas, la oferta de transporte, los restaurantes, el hospedaje, los tours y las tiendas, entre muchos que brindan servicios al turismo”. (Gutierrez & Hernandez, 2014).

#### ***Características de la oferta turística:***

- a.** La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- b.** Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- c.** Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

La oferta turística está integrada por los recursos o atractivos turísticos, la planta turística y la infraestructura turística, además de los servicios complementarios. (Guerrero & Ramos, 2014).

Según MINTUR (2016), el catastro de actividades turísticas, es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro de actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de turismo

### ***La Planta Turística***

“La planta turística está referida a los servicios turísticos que son el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores. Planta turística son aquellos servicios que hacen posible que se desarrolle la actividad turística, complementando a los atractivos turísticos para que faciliten el desplazamiento de turistas. Son facilidades que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. (Perla & Guerrero, 2014).

### ***Clasificación de la Planta Turística:***

#### ***Servicios de Alimentación***

Comprendido por establecimiento gastronómico, bares y similares, cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio, y venta de alimentos y bebidas para consumo.

#### ***Servicios de Alojamiento:***

Comprendido por establecimientos hoteleros o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios mediante un contrato de hospedaje.

### ***Servicios de Intermediación***

Comprendido por agencia de viajes que son empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que debidamente autorizadas se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a las prestaciones de servicios, directamente o como intermediarias entre los viajeros y los proveedores de los servicios.

### ***Servicios de Recreación:***

Son las empresas que se dedican a actividades de distracción, relajo y diversión para que sean empleados por los turistas. Todos tenemos la necesidad de diversión. Entre las actividades pueden estar los deportes, obivies, lectura, teatro, juegos de salón, de azar, etc. Hay destinos donde un tipo de recreación es determinante para el desplazamiento.

### ***Servicios de Transporte:***

Son las empresas que permiten la disponibilidad de aproximación del turista desde el lugar de origen hacia el destino, para que pueda disfrutar del atractivo que motivó su viaje.

### ***Servicios de apoyo:***

Es todo aquello que la sociedad urbana requiere para funcionar: transporte público, seguridad pública, sanidad en general, bancos y casa de cambio, estaciones de combustible y servicio mecánico, comunicación, policía, bomberos, hospitales, etc. Otros servicios de apoyo que pueden considerarse necesarios para el viajero pueden ser: autos en renta, información turística como mapas, folletos y directorios, guías de turista e intérpretes, tiendas (fotografía, ropa, artesanía, etc.) puestos periódicos, lavanderías y tintorerías. (Perla & Guerrero, 2014).

### ***Mercado turístico***

El mercado turístico es el punto de encuentro entre compradores y vendedores turísticos, pudiendo ser estos tanto turistas como agentes de viajes, operadores, hoteleros y todos los prestatarios de servicios turísticos. (Ojeda, 2016).

### **2.2.2 Epistemología desarrollo turístico.**

El turismo es una fuente de ingresos que sustenta la economía en muchos países, constituye uno de los rubros de generación de divisas más significativos en los países andinos y es considerado como un sector estratégico para el desarrollo de los mismos. En Perú, Bolivia y Ecuador, los principales atractivos turísticos se encuentran localizados en zonas rurales caracterizadas por sus elevados índices de pobreza debido a la falta de acceso a los servicios básicos, carencia de oportunidades para la generación de capacidades locales y pérdida de identidad cultural. En estos tres países, el turismo rural representa una gran oportunidad de desarrollo para las comunidades, dado que la presencia de elementos sociales, naturales y culturales distintivos permite la creación y gestión de productos turísticos innovadores que pueden complementar la oferta existente y determinar una mayor inclusión en beneficio de las actividades turísticas.

Desde los años ochenta hasta la actualidad se reconoce como base fundamental al desarrollo sostenible para el progreso turístico de los pueblos y se enfatiza en la Cumbre de la Tierra celebrada en (1992) en Río de Janeiro, que define al desarrollo sostenible como el pilar fundamental del desarrollo turístico sin afectaciones para futuras generaciones manteniendo intactas la naturaleza y la cultura, al igual que el mejoramiento de la calidad de vida y bienestar de las comunidades locales. (Mezaza, 2016).

El desarrollo turístico puede definirse como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios turísticos, impulsando la gestión de los atractivos para promover los productos turísticos con el fin de ofrecerle al turista una experiencia integral, además que permita la incorporación de las comunidades en la industria turística para el desarrollo de los emprendimientos. (Aquise, 2012).

#### ***Enfoques del desarrollo turístico***

Los modelos de desarrollo turístico son muy variados, y en algunos casos generan propuestas desde un aspecto particular, mientras que otros responden a una concepción integral. Existe tres formas de entender el desarrollo turístico: desde un enfoque urbanístico-geográfico; a partir de un enfoque socio- antropológico; y a partir de un enfoque socio- económico. (Varisco, 2008).

### ***Recursos y atractivos turísticos***

Recursos Turísticos La OMT lo define como “todo los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y los medios con que cuenta, además brinda la actividad turística para satisfacer las necesidades de un cliente”

Recurso Turístico es cualquier elemento que pueda causar el desplazamiento de un turista para ser visitado por contar con características que puedan satisfacer las expectativas de este, pero que aún no está puesto en valor por no tener las condiciones necesarias para ser visitado y donde el desplazamiento de turistas es mínimo. (Guerrero & Ramos, 2014).

#### ***Según Secretaria de Turismo (Sectur – México)***

- ✓ Recursos naturales: Son las condiciones físicas del lugar como son las playas, montañas, selva, bosques, paisajes, lagos, ríos, cuevas, flora, fauna y clima.
- ✓ Recursos culturales: Es la herencia de un pueblo, sus tradiciones y costumbres típicas como la artesanía, la gastronomía, el folklor y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura la música y la literatura.
- ✓ Recursos históricos y monumentales: Construcciones de valor artístico e histórico de los pueblos como ciudades, edificios, arquitectura local, sitios y rutas con significado especial. (Guerrero & Ramos, 2014).

### **2.3 Bases Teóricas/Estado del arte**

Para la presente investigación, se revisó documentos con el objetivo de estudios de caso, se analizó las mismas de forma detallada tanto de estudios realizados a nivel internacional, nacional y local en cuanto a su importancia investigativa del tema:

#### **Oferta Turística**

Se comprende de mercado turístico, es la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, incluye las actividades y flujos de interacción diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los turistas.

#### ***La oferta básica se compone de:***

- ✓ Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con q cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

- ✓ Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados.
- ✓ Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc. (Socatelli, 2013).

***La oferta complementaria se compone de:***

Restaurantes, bares, teatros, instalaciones deportivas

***Mercado objetivo***

“El mercado objetivo es muy fundamental para incrementar en un negocio, es considerado en un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico y ofrecerles un producto o servicio hacia el cliente.”

**Desarrollo turístico**

El turismo es un modelo propio de desarrollo, se puede pensar en la sustentabilidad, ya que ésta no puede ser reducida a una parte de la actividad cuando existe hoy una visión integral del desarrollo sustentable que asocia al desarrollo humano con el económico y el manejo del capital natural. Este nuevo modelo, característico de la denominada era postindustrial, es altamente vulnerable, y es allí donde está el punto de unión de los problemas sociales con los ecológicos. (Virgen, 2014).

***Turismo***

El turismo es importancia en las interrelaciones de los pueblos, de la generación de divisas y empleos para los habitantes de un lugar, siendo una industria limpia, ya que en sí el turismo es el desplazamiento libre y voluntario a un lugar fuera del entorno habitual con el fin de la recreación, ocio o por negocio entre otros. (OMT, 2015).

***Inventario turístico***

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. (MINTUR, 2017).

Recordemos que un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera

constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

#### ***Descripción de jerarquías.***

***Jerarquía IV:*** Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado internacional.

***Jerarquía III:*** Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. Y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacionales.

***Jerarquía II:*** Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.

***Jerarquía I:*** Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía. (MINTUR, 2017).

#### ***Tipos de turismo***

***Turismo cultural:*** Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

***Turismo histórico:*** Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

***Turismo religioso:*** Son aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este motor. Visita a lugares como iglesias y templos sagrados.

***Turismo gastronómico:*** Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones. (Rodríguez, 2011).

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y Diseño de Investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación, se utilizó métodos y técnicas científicas para alcanzar los objetivos propuestos.

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

Es una investigación mixta, donde se utilizó técnicas cualitativas y cuantitativas. “Los métodos mixtos no proveen de soluciones perfectas, sin embargo, hasta hoy, son la mejor alternativa para indagar científicamente cualquier problema de investigación. Conjuntan información cuantitativa y cualitativa, y la convierten en conocimiento sustantivo y profundo” (Hernández, 2014).

La investigación es correlacional y explicativa, consta como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio de relaciones entre tres variables. Este tipo de investigación tiene de forma parcial un valor explicativo. Al saber que dos conceptos o variables están relacionados, se aporta cierta información explicativa. Cuanto mayor número de variables sean correlacionadas en un estudio y mayor sea la fuerza de las relaciones más completa será la explicación. (Hernández, 2014).

**3.1.2 Investigación documental.** - Es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. (Arias, 2012).

**3.1.3 Investigación de campo.** - La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (Arias, 2012).

Esto se apoya en informaciones que provienen de cuestionarios, encuestas y observaciones que se realiza en sitio de investigación.

### 3.2 Unidad de análisis

- ✓ Para el diagnóstico de la oferta, la unidad de análisis corresponde a los prestadores de servicios turísticos.
- ✓ Para realizar el diagnóstico del desarrollo turístico, la unidad de análisis corresponde a las entidades públicas y privadas de la Parroquia Simiatug.

### 3.3 Población de estudio

Según Lema (2004), la población de estudio es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que presentan una característica determinada o que corresponden a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiarán sus características y relaciones.

- ✓ La presente investigación involucra a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia, lo cual, se consideró los datos poblacionales 50 y por consiguiente no se sacará un muestreo.
- ✓ La segunda población de estudio está constituida a 30 entidades de la parroquia, utilizando como herramienta de encuesta.

### 3.4 Tamaño de muestra

La primera muestra se consideró a los prestadores de servicios turísticos, no se aplicó la fórmula estadística por que la población es finita el número de población es pequeña, está conformado de siguiente manera:

**Tabla 1. Población de servicios turísticos**

<b>Tipo de servicio</b>	<b>Cantidad</b>
Alojamiento	12
Alimentación y bebidas	35
Transportes	1
Guianza	2
<b>Total</b>	<b>50</b>

Fuente: Tibanlombo, 2019

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró una población de 30 personas dentro de la entidad pública y privada en la parroquia, para lo cual no se aplicará la fórmula estadística para determinar el tamaño de la muestra.

**Tabla 2. Población de Entidades**

<b>Entidades</b>	<b>Cantidad de trabajadores</b>
GADP. Simiatug	8
Fundación Runacunapac Yachana Wasi	6
Fundación Américas	4
Simiatug Samay	5
Cielo en la Tierra	7
<b>Total</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Tibanlombo, 2019

### **3.5 Selección de la muestra.**

La muestra es probabilística, se tomó de manera finita a 50 prestadores de servicios turísticos de la parroquia, los cuales facilitaran el desarrollo de la investigación.

La muestra es finita, se tomó de manera aleatoria a 30 personales de la entidad pública y privada de la parroquia Simiatug.

### 3.6 Operacionalización de variables y matriz de consistencia.

**Tabla 3 Matriz de Operacionalización de variable Independiente**

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE					
VARIABLE INDEPENDIENTE: OFERTA					
Conceptualización	Categorización	Indicadores	Preguntas	Técnicas	Instrumentos
“La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (Sancho, 2008)	<p>Productos turísticos</p> <p>Servicios turísticos</p> <p>Consumidores</p>	<p>Mercado objetivo</p> <p>Segmento turístico</p> <p>Canales de comercialización</p> <p>Promoción</p> <p>Catastro turístico</p> <p>Datos demográficos</p> <p>Necesidad turística</p> <p>Flujo de visitantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es su edad?</li> <li>• ¿Cuál es su género?</li> <li>• ¿Cuál es nivel de educación?</li> <li>• ¿Usted qué tipo de servicios turísticos ofrece?</li> <li>• ¿Cuál es la procedencia de sus clientes?</li> <li>• ¿Cuál es el motivo principal del turista que visita a Simiatug?</li> <li>• ¿Cuál es el medio por el cual hace publicidad de su servicio?</li> <li>• ¿Qué grado de importancia le da usted a la promoción y publicidad turística?</li> <li>• ¿Cuál es el medio que utiliza para comercializar su servicio?</li> <li>• ¿Identifique de 1 al 5, la temporada donde solicitan más los turistas su servicio?</li> <li>• ¿Al momento de consumir su servicio lo hace?</li> </ul>	<p>Encuestas</p> <p>Observación</p>	<p>Formato de cuestionario</p>

Fuente: Tibanlombo, 2019

**Tabla 4. Matriz de Operacionalización de variable Dependiente**

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURISTICO					
Conceptualización	Categorización o dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas	Instrumentos
El desarrollo turístico es el impulsar la gestión de los atractivos para promover los productos turísticos con el fin de ofrecerle al turista una experiencia integral, además que permita la incorporación de las comunidades en la industria turística para el desarrollo de los emprendimientos. (Aquise, 2012)	Gestión de atractivos  Productos turísticos  Emprendimientos	Inventario o registro.  Atractivos naturales  Manifestación cultural  Actividad turística  Comercialización  Empleo  Ingreso económico  Estilo de vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es su edad?</li> <li>• ¿Cuál es su género?</li> <li>• ¿Cuál es nivel de educación?</li> <li>• ¿Con que frecuencia esta entidad Parroquial gestiona los planes y proyectos turísticos?</li> <li>• ¿La parroquia de Simiatug cuenta con inventario y catastro turístico actualizado?</li> <li>• ¿Cuáles son lugares de interés de visitas más importantes de la parroquia Simiatug?</li> <li>• ¿Qué grado de importancia tiene la facilidad turística para el desarrollo de la parroquia?</li> <li>• ¿En la Parroquia Simiatug qué actividades turísticas puede realizar un visitante?</li> <li>• ¿Cuál es la fortaleza que tiene esta entidad en la Parroquia Simiatug?</li> <li>• ¿Usted considera que al existir el desarrollo turístico en la Parroquia incrementaría empleo para la población?</li> <li>• ¿Cree usted importante que el turismo pueda mejorar el nivel de vida de la población generando recursos económicos?</li> </ul>	Encuestas  Observación	Formato de cuestionario

**Fuente:** Tibanlombo, 2019

**Tabla 5 Matriz de consistencia.**

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escalas medición</b>	<b>Metodología</b>
¿Cómo la oferta influye en desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug del Cantón Guaranda Provincia Bolívar?	Determinar la oferta y su influencia en el desarrollo turístico en la Parroquia Simiatug del Cantón Guaranda, Provincia Bolívar.	La oferta influye en el desarrollo turístico en la Parroquia Simiatug	<b>Independiente</b>	Producto turístico	Mercado objetivo	Nominal	<b>Población</b> Población1= servicios turísticos Población2= Entidad pública y privada  <b>Muestra</b> Resultado de la formula aplicada
			Oferta	Servicio turístico	Segmento turístico		
			<b>Dependiente</b>	Gestión de atractivos	Promoción	Nominal	<b>Tipo de investigación</b> Documental Campo
			Desarrollo turístico	Productos turísticos	Catastro turístico		
				Emprendimientos	Datos demográficos		
					Necesidad turística		
					Flujo de visitantes		
<b>P. Especifico</b>	<b>O. Específicos</b>	<b>H. Específicos</b>	<b>V. Específicos</b>	<b>D. específicos</b>			<b>Nivel de la investigación</b>
¿De qué manera la gestión pública, privada se relaciona en el desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug?	Identificar el estado actual de la gestión pública, privada que influye el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.	La gestión pública, privada influye significativamente en el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.	Gestión publica			Nominal	Descriptivo Explicativo Exploratorio
¿En qué medida los recursos naturales y culturales inciden en el desarrollo turístico de la Parroquia?	Determinar los recursos naturales y culturales que incide en desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug.	Con la determinación de recursos naturales y culturales se demuestra un aumento en desarrollo turístico de la Parroquia.	Inventario turístico			Nominal	<b>Método de investigación</b> Cuantitativo

¿Cuáles son las dificultades en la oferta para dinamizar el desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug?	Proponer estrategia para dinamizar el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.	La estrategia turística dinamiza el desarrollo turístico en la parroquia Simiatug.	Estrategia turística			Nominal	Cualitativo Correlacional <b>Técnicas de investigación</b> Observación Encuesta <b>Instrumentos</b> Cuestionario <b>Técnicas de procedimientos de datos.</b> SPSS Statistics
--	--	--	----------------------	--	--	---------	--

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

### 3.7 Técnicas e instrumentos de la investigación.

**Observación.** - es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos. (Arias, 2012).

Salir a lugar de trabajo de investigación para la recolección de información acerca de oferta y desarrollo turístico juntamente con autoridades de GADP, asociaciones privadas de la Parroquia.

**Encuesta.** - Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. (Arias, 2012).

Se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Directamente será aplicado a los propietarios de los prestadores de servicios turísticos y a la entidad pública y privada de la parroquia.

**Cuestionario.** - Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (Arias, 2012).

### 3.8. Validez de los instrumentos.

**Tabla 6 Validez de Variable Independiente**

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto1	Grupo 1	1	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Experto2	Grupo 1	1	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Experto3	Grupo 1	1	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla 7. Validez de Variable Dependiente**

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto1	Grupo 1	1	12	1,00	,50	,000
	Total		12	1,00		
Experto2	Grupo 1	1	12	1,00	,50	,000
	Total		12	1,00		
Experto3	Grupo 1	1	12	1,00	,50	,000
	Total		12	1,00		

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

Para obtener la validez de los instrumentos de encuestas por los expertos indica que el instrumento de medición es válido en su contenido por que el promedio es 0,00; es decir menor que el nivel de significancia 0,05.

### 3.9. Confiabilidad de los instrumentos

**Tabla 8 Alfa Crombash**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	5

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, que dio como un resultado, la validez de los instrumentos es de 0.83% de aceptación.

### 3.10. Análisis e interpretación de la información.

Luego de obtener los datos mediante el uso de los instrumentos de recolección, pasara a ser procesados y analizados de acuerdo a las técnicas sugeridas, teniendo los siguientes pasos:

- Tabular los resultados mediante procedimientos que están organizados y procesados en programa estadístico SPSS Statistics, los cuales serán representados por medios de cuadros, tablas y gráficos, para facilitar el entendimiento de tema de la investigación para así tomar las decisiones de la propuesta.
- Todo el dato obtenido luego será analizado e interpretado los resultados, en relación a los objetivos de la investigación.

## CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

#### 4.1.1. Estrato a los prestadores de servicios turísticos

A continuación, se muestra el análisis de las preguntas realizadas:

**Tabla 9. Resumen de análisis prestadores de servicios turísticos.**

<b>Pregunta</b>	<b>Interpretación</b>
<b>1. ¿Cuál es su edad?</b>	Las edades de 50-60, 30-40 equivale al 28% que son las personas que tienen la dinámica desarrollar el turismo.
<b>2. ¿Cuál es su género?</b>	La mayoría de los emprendedores de la parroquia Simiatug son de género femenino que equivale al 64% lo restante es de 36% del género masculino, hombres y mujeres forman parte de los emprendedores que están preparados para atender a turistas.
<b>3. ¿Cuál es su nivel de educación?</b>	El Nivel de instrucción de las familias involucradas en prestadores de servicios turísticos, se observó que el 50% tiene nivel educativo de secundaria, seguido del nivel de educación primaria con el 38% y otro aspecto fundamental asume la preparación técnica con el 8% y el 4% tienen nivel superior universitario es decir no tiene la preparación más alta.
<b>4. ¿Usted qué tipo de servicios turísticos ofrece?</b>	Del 100% de encuestados, el 70% de ellos están dispuestos a recibir turistas en su restaurante, mientras que el 24% está dispuesto al servicio de alojamiento, el 4% es de Guianza y el 2% de transportes Se determina que la gran mayoría de asociados si estarían dispuestos a recibir turistas en sus servicios de restauración y alojamiento, dando como resultado positivo el saber que se puede contar con su colaboración.
<b>5. ¿Cuál es la procedencia de sus</b>	Se mencionó el 66% corresponde a los turistas nacionales, el 34% son turistas extranjeros. La mayoría de turistas que visitan a la parroquia Simiatug son nacionales, seguidamente

<b>clientes?</b>	los turistas extranjeros corresponden un porcentaje mínimo que visitan a la parroquia Simiatug en bajas cantidades.
<b>6. ¿Cuál es el motivo principal del turista que visita a Simiatug?</b>	El 34% de emprendedores encuestados se notó la visita de turistas por diversión, el 32% se viajan por motivo de negocios, el 26% se viaja por la aventura y el 18% es motivo por la salud. Los turistas que viajan a Simiatug es por la diversión que se destaca por las fiestas tradicionales que realizan, observando esto es importante incrementar la actividad turística en los lugares que han sido poco promocionado.
<b>7. ¿Cuál es el medio por el cual hace publicidad de su servicio?</b>	la encuesta realizada el medio de comunicación para la promoción de la parroquia simiatug se observó en recomendación de familia o amigos con 40% y 34% son personas que hace publicidad mediante televisión y radio mientras el 16% utilizan a través de Internet redes sociales y el 10% hacen mediante las revistas y trípticos, en conclusión, los emprendedores hacen la promoción su servicio a través de la familia y amigos, para mejorar la promoción en diferentes medios es establecer la estrategia.
<b>8. ¿Qué grado de importancia le da usted a promoción y publicidad turística?</b>	Las respuestas obtenidas el 44% de los encuestados consideran a la promoción de sus servicios no usan adecuadamente por desconocimientos de los medios que faciliten la publicidad adecuada de los atractivos y prestadores turísticos y el 20% opina lo contrario puesto que existen lugares que si cuentan con actividades e instalaciones turísticas
<b>9. ¿Cuál es el medio que utiliza para comercializar su servicio?</b>	Las respuestas obtenidas el 64% de los encuestados considero la comercialización de sus servicios hacen solo la venta directa, el 16% a través de intermediarios, mientras que el 12% venden a través de redes sociales y el 6% mediante página web, analizando es fundamental plantear estrategias para emprendedores con la finalidad de mejorar la

	comercialización y dar a conocer a nivel nacional e internacional lo que posee la parroquia Simiatug.
<b>10. ¿Identifique de 1 al 5, la temporada donde solicita más los turistas a su servicio?</b>	Los encuestados el 48% visitan a la parroquia en pareja, el 32% llegan con familia, el 14% con amigos y el 6% visitan a la parroquia sola. Turistas que visitan a la parroquia Simiatug son generalmente en épocas de feriados, por sus fiestas tradicionales y también por los atractivos naturales que posee el pueblo.
<b>11. ¿Al momento de consumir su servicio lo hace?</b>	De todos los encuestados el 48% visitan a la parroquia en pareja, el 32% llegan con familia, el 14% con amigos y el 6% visitan a la parroquia sola. Los turistas llegan a la parroquia generalmente en pareja y son acompañados de familiares para compartir experiencias en la parroquia Simiatug.

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

#### 4.1.2. Estrato a la entidad de la Parroquia Simiatug

A continuación, se muestra el análisis de las preguntas realizadas:

**Tabla 10. Resumen de análisis a Entidad de la Parroquia Simiatug.**

<b>Preguntas</b>	<b>Interpretación</b>
<b>1. ¿Cuál es su edad?</b>	Los miembros encuestados de las entidades respecto a edades, se observó que un 50% se halla en el rango de 30 a 40 y 33% son las edades de 33.33%, 50-60 años se hallan 10%. Se puede notar que la mayoría de encuestados se halla en una edad representativa donde aún se puede ejercer actividades turísticas sin ningún tipo de problema, y en menor porcentaje se encuentran rangos de edad donde pueden ejercer esta actividad sin complicación.
<b>2. ¿Cuál es su género?</b>	Total, de 30 personas encuestadas en el pueblo Simiatug corresponde al 60% mientras que el 40% son de género femenino, son equitativos que aportan en actividades de la organización para desarrollar el turismo.
<b>3. ¿Cuál es su nivel de educación?</b>	El grado de instrucción se puede evidenciar que un 60% tienen un nivel secundario, un 33% tercer nivel y un 6.6% de primaria. De acuerdo a los datos obtenidos se puede afirmar los trabajadores tienen como mínimo un tercer nivel educativo lo cual demuestra que simiatug forma parte del grupo de profesionales que existen en el campo laboral ecuatoriano.
<b>4. ¿Con qué frecuencia esta entidad parroquial gestiona los planes y proyectos turísticos?</b>	Las respuestas obtenidas el 56.67% de los encuestados consideran que las autoridades locales no tienen la responsabilidad de gestionar los proyectos turísticos, el 23.33% opina que se realizan ocasionalmente los proyectos y 20% no tiene conocimientos de turismo, es responsabilidad de todos para mejorar turismo en la parroquia. De esta manera es fundamental plantear estrategias que ayudara a incrementar servicios turísticos para proporcionar al turista una mejor estancia en el lugar.

<p><b>5. ¿La parroquia de Simiatug cuenta con inventario turístico actualizado?</b></p>	<p>Las respuestas obtenidas por los encuestados el 80% de los encuestados señalan que no existe de un registro actualizado de los lugares turísticos de la parroquia y el 20% tiene la información solo en borrador, es necesario elaborar el inventario de recursos turísticos actualizado para la parroquia puesto que es la información base para el desarrollo de proyectos y emprendimientos turísticos y se puede dar a conocer los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia.</p>
<p><b>6. ¿Cuáles son lugares de interés de visitas más importantes de la parroquia Simiatug?</b></p>	<p>El 23% el lugar más importante de visita son las fiestas que existe en la parroquia, 20% por las artesanías, 16% por las artesanías, 13.33% son por cascadas, bosques y el 10% por las ferias y montañas. El principal visitar es por laguna, el mejor desarrollo de turismo es fundamental plantear estrategias para las entidades, debido para mejorar la oferta de atractivos turísticos y de los bienes y servicios que ofrecen.</p>
<p><b>7. ¿Qué grado de importancia tiene la accesibilidad turística para el desarrollo de la parroquia?</b></p>	<p>El 50% opinan que la accesibilidad es importante para el desarrollo turístico mientras que, 20% cree que es moderadamente necesario sin embargo un 16% considera que es muy importante la accesibilidad. Son aceptables para ofertar productos o servicios con todas las características que un turista necesita durante su viaje.</p>
<p><b>8. ¿Qué tipo de facilidades existen para el desarrollo turístico de la parroquia?</b></p>	<p>El 50% de los encuestados afirman que existen la planta turística mientras el 43.33% son que existen las vías de acceso y el 33.33% puede encontrar transporte y centros de información en la parroquia. Existen vías de acceso y servicios turísticos, es necesario incrementar la gestión de las autoridades para mejorar el desarrollo turístico.</p>
<p><b>9. ¿En la parroquia Simiatug que actividades</b></p>	<p>El 53.33% de los encuestados afirman que puede realizar la actividad de agroturismo mientras el 23% son las actividades culturales que ofrece la parroquia y el 20% es el</p>

<b>turísticas pueden realizar un visitante?</b>	gastronómico donde puede encontrar en alrededores de la parroquia, a estos atractivos es de mucho interés para los turistas nacionales y extranjeros.
<b>10. ¿Cuál es la fortaleza que tiene esta entidad en la parroquia?</b>	El 53.33% de los encuestados afirman que si hay poco de apoyo económico mientras el 20% es el PDOT que tiene la Junta Parroquial y el 16% es el equipamiento que existe en las asociaciones privadas. Existe apoyo económico muy poco en dentro de la organización privada, donde se trabajan ejecutando los proyectos para la parroquia.
<b>11. ¿Usted considera que al existir el desarrollo turístico en la parroquia incrementaría empleo para la población?</b>	El 53.33% de los encuestados consideran que ven al turismo como una fuente de desarrollo de empleo mientras el 46.67% no irán al turismo como fuente de empleo. Las autoridades de la parroquia si ven al turismo que incrementa empleo, debido al gran impulso que se da a esta área por parte del gobierno de la junta parroquial y de organizaciones privadas.
<b>12. ¿Cree usted importante que el turismo pueda mejorar el nivel de vida de la población generando recursos económicos?</b>	El 73.33% de los encuestados de la parroquia cree que el turismo puede ayudar a mejorar el nivel de vida de los habitantes de la parroquia Simiatug y sus a los rededores, por ser una actividad socio-económica, ya que el turismo ayudaría significativamente en el desarrollo de la parroquia, mientras 26.67% le dan la información a lo contrario. Los autoridades y administradores afirman la posibilidad de que el turismo impulsaría al pueblo tanto social como económicamente, ya que creen que con el turismo se pueden implantar nuevos negocios y agilizar el comercio.

Elaboración: Tibanlombo, 2019

### 4.3 Pruebas de hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente proyecto de investigación se utiliza el método estadístico Chi cuadrado ( $X^2$ ).

#### Planteamiento de hipótesis general

H<sub>1</sub>: La oferta **incide** en el desarrollo turístico en la Parroquia Simiatug.

H<sub>0</sub>: La oferta **no incide** en el desarrollo turístico en la Parroquia Simiatug.

**Tabla 11. Hipótesis General**

¿Qué grado de importancia le da usted a la promoción y publicidad turística?*¿Con que frecuencia esta entidad parroquial gestiona los planes y proyectos turísticos? tabulación cruzada						
			¿Con que frecuencia esta entidad parroquial gestiona los planes y proyectos turísticos?			Total
			Nunca	Raramente	Frecuentemente	
¿Qué grado de importancia le da usted a la promoción y publicidad turística?	Sin Importancia	Recuento	0	3	1	4
		Recuento esperado	,8	2,3	,9	4,0
	De poca importancia	Recuento	2	7	4	13
		Recuento esperado	2,6	7,4	3,0	13,0
	Moderadamente importante	Recuento	3	4	1	8
		Recuento esperado	1,6	4,5	1,9	8,0
	Importante	Recuento	0	2	1	3
		Recuento esperado	,6	1,7	,7	3,0
	Muy importante	Recuento	1	1	0	2
		Recuento esperado	,4	1,1	,5	2,0
Total		Recuento	6	17	7	30
		Recuento esperado	6,0	17,0	7,0	30,0

Elaboración: Tibanlombo, 2019

**Tabla 12. Prueba de Chi cuadrado**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,361 <sup>a</sup>	8	0.04
Razón de verosimilitud	6,736	8	565
Asociación lineal por lineal	1,373	1	241
N de casos válidos	30		

a. 14 casillas (93,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

Elaboración: Tibanlombo, 2019

**Conclusión:** P valor = 0.04 es menor a una significancia estadística de 0.05, se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación alternativa H<sub>1</sub>, es decir la oferta incide en desarrollo turístico de la Parroquia Simiatug.

### Planteamiento de hipótesis específico 1.

H<sub>1</sub>. La gestión pública, privada **si influye** significativamente en el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug

H<sub>0</sub>. La gestión pública, **no influye** significativamente en el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.

**Tabla 13. Hipótesis Especifico 1**

¿Usted qué tipo de servicios turísticos ofrece? *¿Cuál es la fortaleza que tiene esta entidad en la parroquia?							
Tabulación cruzada							
		¿Cuál es la fortaleza que tiene esta entidad en la parroquia?					Total
		1	2	3	4		
¿Usted qué tipo de servicios turísticos ofrece?	Alojamiento	Recuento	0	4	2	1	7
		Recuento esperado	,7	3,7	1,2	1,4	7,0
	Alimentación	Recuento	3	11	3	4	21
		Recuento esperado	2,1	11,2	3,5	4,2	21,0
	Guianza	Recuento	0	1	0	1	2
		Recuento esperado	,2	1,1	,3	,4	2,0
Total		Recuento	3	16	5	6	30
		Recuento esperado	3,0	16,0	5,0	6,0	30,0

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla 14. Prueba de Chi cuadrado**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	3,336 <sup>a</sup>	6	0,03
Razón de verosimilitud	4,167	6	,025
Asociación lineal por lineal	,152	1	,397
N de casos válidos	30		
a. 11 casillas (91,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.			

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Conclusión:** Ya que el valor  $p = 0.03$  es menor a una significancia estadística de 0.05, se rechaza la hipótesis nula, es posible concluir la gestión pública, privada si influye significativamente en el desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.

## Planteamiento de hipótesis específico 2.

H<sub>1</sub>. Con la determinación de recursos naturales y culturales **SI** demuestra un aumento en desarrollo turístico de la parroquia Simiatug

H<sub>0</sub>. Con la determinación de recursos naturales y culturales **NO** demuestra un aumento en desarrollo turístico de la parroquia Simiatug

**Tabla 15. Hipótesis Especifico 2**

¿Cuál es el motivo principal del turista que visita a Simiatug? *¿La parroquia de Simiatug cuenta con inventario turístico actualizado? Tabulación cruzada					
		¿La parroquia de Simiatug cuenta con inventario turístico actualizado?		Total	
		1	2		
¿Cuál es el motivo principal del turista que visita a Simiatug?	Negocios	Recuento	2	7	9
		Recuento esperado	1,8	7,2	9,0
	Salud	Recuento	1	1	2
		Recuento esperado	,4	1,6	2,0
	Aventura	Recuento	2	8	10
		Recuento esperado	2,0	8,0	10,0
	Diversión	Recuento	1	8	9
		Recuento esperado	1,8	7,2	9,0
Total		Recuento	6	24	30
		Recuento esperado	6,0	24,0	30,0

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla 16. Prueba de Chi Cuadrado**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Sig. asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	1,042 <sup>a</sup>	5	,041
Razón de verosimilitud	1,619	5	,555
Asociación lineal por lineal	,009	1	,822
N de casos válidos	30		
a. 7 casillas (87,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,60.			

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Conclusión:** Ya que el valor  $p = 0,041$  es menor a una significancia estadística de 0.05, se rechaza la hipótesis nula de independencia es posible concluir que recursos naturales y culturales si demuestra el aumento del desarrollo turístico en la Parroquia Simiatug.

### **4.3 Resumen de la propuesta**

Se planteó análisis del FODA para conseguir la información de aspectos positivos y negativos de la oferta, entidades públicas y privadas, además se realizó la priorización de estrategias de acuerdo al análisis para mejorar los servicios turísticos así conseguir el desarrollo turístico en la parroquia de Simiatug.

Se planteó como solución al problema identificado la investigación y priorización de estrategias realizadas antes y durante el desarrollo del proyecto junto a las herramientas de investigación utilizadas, es la capacitación a los prestadores de servicios turísticos de la Parroquia Simiatug para mejorar la calidad de servicio hacia los visitantes y conseguir la certificación del catastro. Mediante un cronograma establecido de capacitación a los propietarios de establecimientos de alojamiento y restaurantes. Con el fin de mejorar y brindar un ambiente acogedor con calidad- Simiatug, mediante la ejecución de la capacitación.

## **CONCLUSIONES**

Al haber realizado la investigación, se concluye:

- La oferta turística de los recursos y servicios turísticos de la parroquia Simiatug es de suma importancia ya que es un factor clave para el desarrollo de la Parroquia.
- La Parroquia Simiatug necesita un inventario turístico y jerarquizado para tener datos exactos sobre los recursos turísticos, también es necesario el catastro de los servicios turísticos que pueden ser ofertado.
- Las estrategias a oferta y a entidades públicas y privadas ayudaran al desarrollo turístico ya que incentiva a mejor a los prestadores de servicios turísticos, mediante la capacitación de servicio al cliente y conseguir el registro en el catastro.

## **RECOMENDACIONES**

- Es necesario el apoyo por parte de las autoridades para promover la oferta turística en la parroquia Simiatug, los habitantes deben invertir con varias actividades de calidad, servicios de apoyo, restaurantes y sitios de alojamiento tradicionales.
- Llegar a un acuerdo entre la autoridades y pobladores de la parroquia para incentivar a tener una conciencia turística en el desarrollo de emprendimientos turísticos.
- Es importante capacitar a los propietarios de los prestadores de servicios turísticos de la parroquia en el tema de atención al cliente y requisitos para el registro en el catastro de acuerdo al reglamento general para que brinden un buen servicio a los visitantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aquise, F. (2012). Desarrollo Turístico de Puno En Proceso de Madurez. Puno .
- Belloso, R. (2015 ). Canales de distribución . *Telos* , 1-19.
- Damaris Caravaca, Merlyn Gutierrez, Aurora hernandez . (2014). *Introducción al sistema turístico* . Costa Rica : Guanacaste.
- Darlin. (27 de Septiembre de 2012). Demografía, <https://sociologos.com/2012/09/27/que-es-la-demografia/>
- Fitur. (2016). *Turismo Sostenible y Responsable*. Mexico .
- Jorge Meza, Teresa Meza . (2016). El Turismo fuente de desarrollo . *Caso de Estudio: Parroquia de Salinas de Guaranda* , 55-69.
- Ludeña, P. (2016). *Turismo y Hotelería* . Loja-Ecuador : EDILOJA.
- MINTUR. (Octubre de 2017). Elaboración del inventario de atractivos turísticos. En M. d. Turismo, *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017* (pág. 8). Quito: CC BY. servicios & turismo [http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia\\_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_MetodologicaInventarioAtractivosGeneracionEspacios2017.pdf)
- MINTUR. (2017). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Quito: K002 MINTUR.
- Ojeda, P. M. (2016). *Marketing Turístico*. Paraninfo.
- OMT. (2015). Oferta turística. En M. d. mundo, *Oferta turística* (pág. 15). Mexico .
- Paulova., N. (2016). El Turismo a Nivel Mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 129-144.
- Perla Guerrero, Jose Ramos . (2014). *Introducción al Turismo* . Mexico : EBOOK.
- Queipo, B. (2017). Fases del ciclo productivo y red de comercialización en organizaciones socioproductivas del municipio Maracaibo, Venezuela. Venezuela : ISSN 1317-8822.
- Rada, R. (2018). Consumo turístico. *Gite Tur*, 1-14.
- Rodriguez, E. (10 de Agosto de 2011). turismo sostenible, [http://vinculando.org/vacaciones\\_viajes/turismo\\_sostenible/clases\\_de\\_turismo\\_sostenible\\_desarrollo\\_hotelero.html](http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html)
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/lic/AET/PT/AM/01/Introduccion\\_turismo](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/PT/AM/01/Introduccion_turismo).
- Socatelli, M. (2013). Mercado aplicado al turismo, Comercialización de servicios. Costa Rica : La universidad Estatal de Costa Rica.
- Varisco, C. (2008). Desarrollo Turístico . Competitividad de destinos turísticos , 61-73.
- Virgen, C. (2014). *Turismo y Desarrollo Sustentable*. México: ISBN: 978-607-9383-36-7.

## ANEXOS

### Anexo 1. Planificación de tutorías del proyecto de investigación

**Facultad:** Ciencias Políticas y Administrativas

**Carrera:** Gestión Turística y Hotelera

**Período académico:** Octubre 2018 – Febrero 2019

**Título del proyecto de investigación:** “Oferta y Desarrollo Turístico en la Parroquia de Simiatug del Cantón Guaranda Provincia, de Bolívar”

**Tutor:** Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca.

**Estudiante:** Marcia Beatriz Tibanlombo Caiza.

**Cédula/Pasaporte:** 020199287-2

### Estado de Titulación:

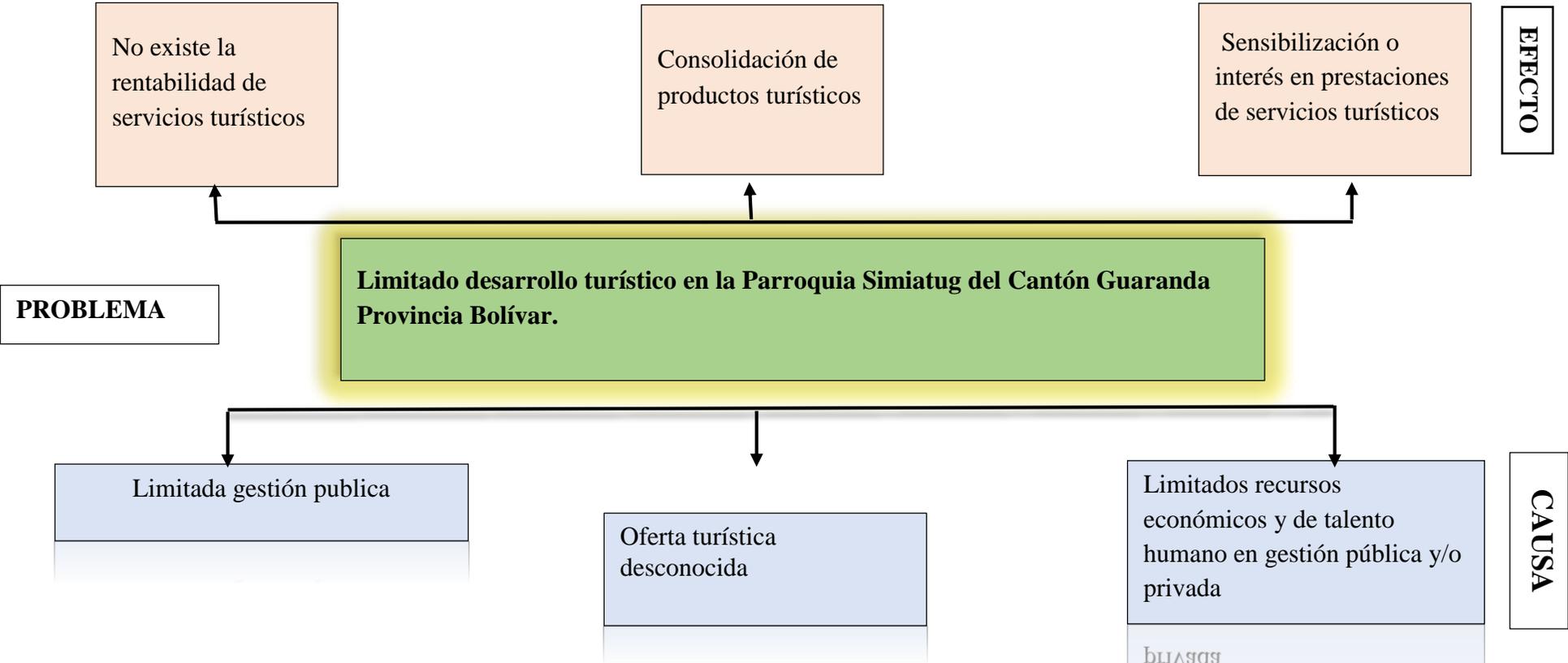
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Último Ciclo                | <input type="checkbox"/> Actualización de Conocimiento <b>SIN</b> curso Primera prórroga (gratuita) |
| <input type="checkbox"/> Primera prórroga (gratuita) | <input type="checkbox"/> Actualización de Conocimiento <b>SIN</b> curso Segunda prórroga (pagada)   |
| <input type="checkbox"/> Segunda prórroga (pagada)   | <input type="checkbox"/> Aprobar Curso de Actualización de Conocimientos                            |
|  | <input type="checkbox"/> Primera prórroga (gratuita) Actualización de Conocimiento Aprobado         |
|  | <input type="checkbox"/> Segunda prórroga (pagada) Actualización de Conocimiento Aprobado           |

N°	PARAMETROS DE REVISION	NOVIEMBR E				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				META / RESULTADO ESPERADO	OBSERVACIONES
		1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S		
1	Revisión del perfil de la investigación	■																100 %	
2	Revisión del desarrollo del proyecto de investigación		■															100 %	
2.1	Introducción / cumplimiento de objetivos			■														100 %	
2.2	Estado del arte / Marco Teórico				■													100 %	
2.3	Metodología					■												100 %	
2.4	Resultados y discusión								■	■								100 %	
2.5	Conclusiones y recomendaciones											■						100 %	
2.6	Referencias bibliográficas												■					100 %	
3	Revisión final del proyecto de investigación													■				100 %	

Mgs. Daniel Guerrero  
Tutor (a)

Marcia Tibanlombo  
Estudiante

**Anexo. 2 Árbol de problemas**



**Fuente:** Tibanlombo, 2019

### **Anexo 3: Propuesta**

#### **Tema**

Diseño de estrategias para fortalecer el desarrollo turístico en la Parroquia Simiatug del Cantón Guaranda Provincia de Bolívar

#### **Datos informativos**

**Área:** Desarrollo turístico

Provincia: Bolívar

**Cantón:** Guaranda

Superficie: 308.37 km<sup>2</sup>

**Latitud N:** 9853521,7

**Longitud E:** 724686

Limites

**Norte:** Limita con la Provincia de Cotopaxi

**Sur:** Limita con la Parroquia Salinas

**Este:** Limita con la provincia de Tungurahua y la parroquia Salinas

**Osete:** Limita con la Parroquia Facundo Vela

#### **Introducción**

En esta investigación definen los principios, objetivo de la estrategia de desarrollo turístico en la parroquia Simiatug, para concretar la estrategia se ha establecido como base de análisis FODA, el diagnóstico está elaborado con la información recopilada mediante encuestas, el hecho de contar con la opinión de las personas permite situar al diagnóstico como un base consensuado y otorga validez a la estructuración de la estrategia de oferta y desarrollo turístico de la parroquia Simiatug.

Las condiciones de la estrategia son en desarrollo turístico por la existencia de los productos turísticos que presentan de una oferta amplia resultando un crecimiento espectacular, ya que la parroquia Simiatug cuenta con notables recursos naturales y culturales

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Contribuir al desarrollo turístico mediante el diseño de estrategias que vaya a favor de mejorar las empresas turísticas de la Parroquia Simiatug

### **Objetivo específico**

- Brindar parámetros y lineamientos específicos a los prestadores de servicios turísticos de alojamiento y restauración.
- Cooperar al desarrollo y buen funcionamiento de las empresas de servicios de alojamiento y restauración mediante la aplicación de los conceptos proporcionados en el curso taller.

## **CONTENIDOS DE LA PROPUESTA.**

### **Análisis de FODA**

Para realizar la interpretación de toda la información y de los datos obtenidos en la investigación de campo, se procede realizar la aplicación de método FODA, mediante el cual obtuve los resultados con respecto a la oferta, desarrollo turístico por parte de los prestadores de servicios turísticos y las autoridades del GADP y organizaciones privadas de la parroquia.

### **Análisis de F.O.D.A. de la oferta**

La oferta turística en la parroquia Simiatug es amplia entre atractivos, servicios turísticos las cuales se pueden realizar un lugar de estudio.

A continuación, se presenta análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la oferta turística de la parroquia Simiatug la misma se realizó en base a la información obtenida en trabajo del campo.

**Tabla Nª 1. Estrategias y Análisis de FODA de oferta**

<p><b>FODA</b></p> <p><b>ESTRATEGIAS</b></p>	<p><b><u>Fortalezas</u></b>  <b>F.1</b> Atractivos y servicios turísticos variados  <b>F.2</b> Visita panorámica del paisaje natural  <b>F.3</b> Existencia de fauna y flora  <b>F.4</b> Cultura reconocida a nivel nacional</p>	<p><b><u>Debilidades</u></b>  <b>D.1</b> Falta de estrategias específicas de atractivos y servicios turísticos.  <b>D.2</b> Ausencia de información turística para realizar actividades turísticas e incrementar el tiempo de estadía de visitantes.  <b>D.3</b> Falta de coordinación y organización entre los prestadores de servicios turísticos.  <b>D.4</b> Escasos de servicios intermediarios para hacer la oferta de atractivos de la parroquia.</p>
<p><b><u>Oportunidades</u></b>  <b>O.1</b> voluntad política por parte de institución privada para desarrollar el turismo.  <b>O.2</b> Turistas nacionales que aprovechan los días feriados.  <b>O.3</b> Tiene posicionamiento a nivel local en las manifestaciones culturales.  <b>O.4</b> Incremento de paquete turístico con visión al agroturismo</p>	<p><b><u>L. Plazo- L. Plazo</u></b>  <b>E.1</b> (O.4, F.1) Elaborar paquetes turísticos innovadores donde se aproveche el desarrollo turístico en la parroquia Simiatug.  <b>E.2</b> (O.3, F4) Diseñar de estrategias promocionales que impulsen los atractivos turísticos en la parroquia</p>	<p><b><u>C. Plazo-L. Plazo</u></b>  <b>E.3</b> (D 4, O1) Incentivar a los intermediarios a la implementación de paquetes turísticos, donde se incluya la participación de la población local.  <b>E.4</b> (D 2, O3) Habilitar una información turística en la GADP de Simiatug en coordinación con las organizaciones privadas.</p>
<p><b><u>Amenazas</u></b>  <b>A.1</b> Escasos recursos económicos para desarrollar el turismo.  <b>A.2</b> Recursos humanos formados de forma empírica obviando los conceptos básicos acerca del turismo.  <b>A.3</b> Falta de iniciativas por parte de las comunidades para implementar actividades y servicios de mejor calidad que permita ingresar mayor afluencia de turistas.  <b>A.4</b> Perdida de atractivos naturales y manifestaciones culturales.</p>	<p><b><u>L. Plazo- C. Plazo</u></b>  <b>E.5</b> (F 2, A 3) Implementar de planes de negocios turísticos donde los principales actores sean las mismas comunidades.</p>	<p><b><u>C. Plazo- C. Plazo</u></b>  <b>E. 6</b> (D 2, A 3) Realizar talleres de información dirigidos a la población local de prestadores de servicios turísticos donde sociabilice los beneficios que otorga el turismo planificado.  <b>E. 7</b> (D 4, A2) Organizar cursos de capacitación dirigidos a los distintos prestadores de servicios turísticos y así elevar la confianza de la empresa para ofertar los atractivos.</p>

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N°2. Estrategias y Análisis de FODA de Entidades públicas y privados**

<p><b>FODA</b></p> <p><b>ESTRATEGIAS</b></p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <p>F. 1 Existencia de organizaciones privadas donde hacen capacitaciones a los actores locales</p> <p>F.2 presencia de grupos organizados en materias de; artesanías, así como actividades sociales y culturales.</p> <p>F.3 las organizaciones privadas disponen apoyo de recursos económicos para desarrollar el turismo</p>	<p><b>Debilidades</b></p> <p>D.1 Carencia de personales capacitado en el turismo</p> <p>D.2 Deficiente coordinacion entre comunidades locales y empresas privadas</p> <p>D.3 Insuficiente informacion por parate de las entides involucradas (publicas y privadas) para desarrollar la actividad turistica.</p> <p>D.4 Inefeciencia para las asociaciones de restaurante, hospedajes en principales sectores que tiene inicitiva para desarrollar el turismo</p>
<p><b>Oportunidades</b></p> <p><b>O.1</b> Existencia de normas establecidas por la localidad para la conservación de los atractivos culturales y naturales.</p> <p><b>O.2</b> La asociación privada tiene la importancia necesaria de ejecutar proyectos y asignar recursos económicos</p> <p><b>O.3</b> Instituciones privadas reconocidas de muy importancia que están involucradas en el desarrollo del turismo en la parroquia</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>L. Plazo- L. Plazo</u></b></p> <p><b>E.1</b> (O 2, F3) Incorporar programas y proyectos turísticos en el diseño de plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia.</p> <p><b>E.2</b> (O 3, F2) Realizar convenios entre las instituciones nacionales y extranjeros para comercializar los productos que ofrece la parroquia y así tener más ingreso económico.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>C. Plazo- L. Plazo</u></b></p> <p><b>E.3</b> (D 2, O 2) Coordinar y planificar conjuntamente con el GADP, residentes y empresas privadas, la mejora de actividad turística en la parroquia.</p> <p><b>E.4</b> (D4, O3) Cooperar a la creación de asociaciones de servicios turísticos, para mejorar el servicio brindado y así estandarizar los precios y beneficios.</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <p><b>A.1</b> Baja inversión de instituciones públicas y privadas para la implementación de servicios turísticos de calidad.</p> <p><b>A.2</b> las autoridades de la parroquia no se ejecutan los planes y proyectos en aspecto turísticos.</p> <p><b>A.3</b> Falta de planificación y promoción adecuadas por organismos públicos y privados</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>L. Plazo- C. Plazo</u></b></p> <p><b>E.5</b> (F 1, A 2) Realizar convenios entre las comunidades y empresas turísticas privadas, para trabajar en beneficio mutuo y garantizar la distribución equilibrada de recursos económicos que genera el turismo.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>C. Plazo- C. Plazo</u></b></p> <p><b>E.6</b> (D 4, A 3) Coordinar y planificar conjuntamente con las entidades públicas y privadas y las empresas prestadoras de servicios turísticos la creación de asociaciones.</p>

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla Nª 3. Priorización de las estrategias**

ESTRATEGIAS		PROYECTOS
OFERTA TURÍSTICA	<p><b>E.1</b> (O.4, F.1) Elaborar paquetes turísticos innovadores donde se aproveche el desarrollo turístico en la parroquia Simiatug.</p> <p><b>E.2</b> (O.3, F4) Diseño de estrategias promocionales que impulsen los atractivos turísticos en la parroquia</p> <p><b>E.3</b> (D 4, O1) Incentivar a los intermediarios a la implementación de paquetes turísticos, donde se incluya la participación de la población local.</p> <p><b>E.4</b> (D 2, O3) habilitar una información turística en la GADP de Simiatug en coordinación con las organizaciones privadas.</p> <p><b>E.5</b> (F 2, A 3) Implementación de planes de negocios turísticos donde los principales actores sean las mismas comunidades</p>	<p>“Curso taller de capacitación de servicios de alojamiento y restauración para alcanzar de brindar la calidad de atención y servicio donde podemos mejorar la oferta turística” “Promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Simiatug”</p>
ENTIDAD PÚBLICA Y PRIVADO	<p><b>E.1</b> (O 2, F3) Incorporar programas y proyectos turísticos para los prestadores de servicios de la parroquia.</p> <p><b>E.2</b> (O 3, F2) Realizar convenios entre las instituciones nacionales y extranjeros para comercializar los productos que ofrece la parroquia y así tener más ingreso económico.</p> <p><b>E.3</b> (D 2, O 2) Coordinar y planificar conjuntamente con el GADP, residentes y empresas privadas, la mejora de actividad turística en la parroquia.</p> <p><b>E.4</b> (D4, O3) Cooperar a la creación de asociaciones de servicios turísticos, para mejorar el servicio brindado y así estandarizar los precios y beneficios</p> <p><b>E.5</b> (F 1, A 2) Realizar convenios entre las comunidades y empresas turísticas privadas, para trabajar en beneficio mutuo y garantizar la distribución equilibrada de recursos económicos que genera el turismo.</p> <p><b>E.6</b> (D 4, A 3) Coordinar y planificar conjuntamente con las entidades públicas y privadas y las empresas prestadoras de servicios turísticos.</p>	<p>“Organización de prestadores de servicios turísticos ”</p>

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Curso de capacitación en servicio al cliente y sociabilización del reglamento general de actividades turísticas a prestadores de servicios de alojamiento y restauración.**



**Tiempo de duración**

El Taller será 30% teórico y 70% práctico,

Duración: 48 horas presenciales. Desarrolladas en 4 semanas (2 veces a la semana sábado y Domingo)

Horarios: 09:00 am a 12:00 p.m. – 14:00 a 17:00

Lugar: Instalaciones de Junta Parroquial.

**Beneficiarios**

El presente proyecto tendrá como beneficiarios directos a las empresas prestadoras de servicio de hospedaje y a las empresas de restauración. En el caso de los restaurantes se beneficiarán 35 empresas, mientras que los servicios de hospedaje los beneficiarios serán 12; haciendo un total de 47 beneficiados, estos son beneficiarios directos en empresas de servicios harán que ellos obtengan una mayor cantidad de clientes en sus instalaciones, ya que los representantes de instituciones pública y privada gestionaran proyectos y actividades planteadas.

Los temas que se considerarán en estos cursos estarán divididos en cuatro módulos que se detallan a continuación:

**Tabla N° 4. Temas a tratar.**

<b>CONTENIDO I</b>			
<b>Tema</b>	<b>Sub tema</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Materiales</b>
Introducción sobre servicio al cliente	Cliente	Los clientes constituyen el elemento vital e impulsor de la organización	Proyector Computadora Folletos Lápiz Borradores Esferos Marcadores
	Característica de la atención al cliente	Un servicio no puede conducir, inspeccionar, apilar o almacenar centralmente. Generalmente lo presta, donde quiera que esté el cliente.	
	Calidad	Se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.	
	Característica de los servicios	Un servicio no puede conducir, inspeccionar apilar o almacenar centralmente	

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

<b>CONTENIDO II</b>			
<b>Tema</b>	<b>Subtema</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Materiales</b>
Técnicas de servicio y atención al cliente	Servicio al cliente.	Conjuntos del servicio que el cliente espera, además, del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.	Proyector Computadora Folletos Lápiz Borradores Esferos Marcadores
	Satisfacción del cliente	Es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicios con sus expectativas.	

	Comunicación.	Utilización de todo un gustoso y amable al cliente con la finalidad de brindarle una adecuada información sobre el producto y servicio.	
	Cooperación grupal.	Crear un ambiente laboral respetuoso y laborable en el trabajo grupal que ayude y promueva un excelente servicio de calidad.	

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

<b>CONTENIDO III</b>			
<b>Tema</b>	<b>Subtema</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Materiales</b>
Control, seguimiento y mejora de calidad	Calidad de servicio	Ubicación de infraestructura Ubicación geográfica, precios	Proyector Computadora Folletos Lápiz
	Sistema de control	Buzón de sugerencias	Borradores Esferos Marcadores

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

<b>CONTENIDO IV</b>			
<b>Tema</b>	<b>Subtema</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Materiales</b>
Reglamento de prestadores de servicios turísticos	Requisitos para el registro en el catastro turístico.	En ejercicio de la potestad reglamentaria, prevista en el Art. 171 de la Constitución Política de la República. Decreta Reglamento general de actividades turísticas. Será fijado por el Ministerio de Turismo de acuerdo a la categoría.	Proyector Computadora Folletos Borradores Esferos Marcadores

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N° 5. Cronograma de curso de capacitación**

ACTIVIDADES	SUBTEMAS	1ra SEMANA		2da SEMANA		3ra SEMANA		4ta SEMANA	
		Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo	Sábado	Domingo
CONTENIDO I Introducción sobre sobre servicio al cliente.	Cliente								
	Características de atención al cliente.								
	Calidad.								
	Características de los servicios.								
CONTENIDO II Técnicas de servicio y atención al cliente.	Servicio al cliente								
	Satisfacción del cliente.								
	Comunicación								
	Cooperación grupal.								
CONTENIDO III Control, seguimiento y mejora de calidad	Calidad de servicio								
	sistema de control								
CONTENIDO IV Reglamento de prestadores de servicios turísticos.	Requisitos para el registro en el catastro turístico								

Elaboración: Tibanlombo, 2019

#### Anexo 4. Catastro e inventario turístico

Tabla N<sup>o</sup> 1. Catastro turístico

<i>Catastro turístico de la parroquia Simiatug</i>				
No	Nombre	Dirección	Propietario	Tipo
1	Simiatug Samay	Barrio Leónidas Proaño	Elvia Caiza	Hostal
2	Mushuk Apakuna	Comunidad Mindina	Rosa Lucintuña	Hostal
3	El Allago	Comunidad Allago	Delia Chisag	Posada
4	Maravillas	Al frente de parque	Mariana Bastidas	Posada
5	Sisa Pamba	Barrio Miraflores	Cornelia Kammermann	Hostal
6	Cocha Colorada	Comunidad Cocha Colorada	Manuel Talagua	Refugio
7	Los arrayanes	Comunidad santa teresa	Hugo Redroban	Refugio
8	El pasajero	Al frente de parque central	Rodrigo bastidas	Restaurante
9	La fritada	Calle Barragán	Carlos Chávez	Restaurante
10	Simiatug	Calle Echandia	Cenayda chaves	Restaurante
11	Casa kishwar	Comunidad Cutuwa	Raúl Punina	Refugio
12	El grande	Calle Barragán	Alba Chugchilan	Alimentos y bebidas
13	Don Mario	Comunidad Mindina	Mario Quishpe	Alimentos y bebidas
14	Mushuk Apakuna	Comunidad Mindina	Rosa Lucintuna	Restaurante
15	Mindina	Comunidad Mindina	Rafael Tibanlombo	Alimentos y bebidas
16	Simiatug Samay	Barrio Leónidas Proaño	Elvia Caiza	Restaurante
17	La Cutahueña	Comunidad Cutawa	Gumersindo Guamán	Alimentos y bebidas
18	Santateresa	Comunidad Santateresa	Martha Chulco	Alimentos y bebidas
19	La Fritada	Vía Ambato	Norma Valle	Alimentos y bebidas
20	Rosario	Calle Antonio José de Sucre	Señora Rosario	Alimentos y bebidas
21	Pachanga	Diagonal al mercado	Cesar Pachanga	Restaurante
22	Laurita	Mercado principal	Laura Azas	Alimentos y bebidas
23	FRY	Calle Barragán y Echandia	Luis Chimbo	Alimentos y bebidas
24	Pan y Café	Frente a Colegio Félix Granja	Lida Ayme	Cafetería
25	Don Livino	Frente a parque central	Livino Lara	Alimentos y bebidas
26	Boca de lobo	Calle Simona Bolívar	Jendri Chavez	Alimentos y bebidas
27	Gasolinas helados	Calle Simón Bolívar	Cesar Martínez	Alimentos y bebidas
28	Granja	Calle sin nombre	Susana Granja	Alimentos y

				bebidas
29	Sin nombre	Calle sin nombre	Alba Chugchilan	Alimentos y bebidas
30	Ayme	Calle Simón Bolívar	Orlando Ayme	Alimentos y bebidas
31	Aymes	Calle Antonio José de Sucre	Néstor Ayme	Alimentos y bebidas
32	Flores	Calle Barragán	Edgar Flores	Alimentos y bebidas
33	Martínez	Calle Barragán	Carlos Martínez	Alimentos y bebidas
34	Simia teña	Calle sin nombre	Ángel Yanchaliquin	Alimentos y bebidas
35	Cocha	Toma loma	Ángel Talagua	Alimentos y bebidas
36	Comunal santo	Santo Domingo	Ángel Lucintuna	Alimentos y bebidas
37	Comunal santo	Santo Domingo	Luis Lucintuna	Posada
38	Ercilia	Sector La Ercilia	Fundación	Posada
39	Ercilia	Sector La Ercilia	Fundación	Alimentos y bebidas
40	El Allago	Comunidad Allago	Luis Chisag	Alimentos y bebidas
41	Playa	Playa Pamba	Miguel Chulco	Alimentos y bebidas
42	Sulena	Comunidad El Tingo	Zulema Ayme	Alimentos y bebidas
43	El local	Calle sin nombre	Janeth Chisag	Alimentos y bebidas
44	Tambo	Comunidad Rayo Pamba	Cleotilda Poaquiza	Posada
45	Rayo	Comunidad Rayo Pamba	Cleotilda Poaquiza	Alimentos y bebidas
46	Pambuk Urku	Comunidad Pambuc loma	Juan Chulco	Refugio
47	Pambuk Urku	Comunidad Pambuc loma	Juan Chulco	Alimentos y bebidas
48	Cielo	Cielo en la Tierra	Rodrigo Bastidas	Transporte
49	Guía Local	Cielo en la Tierra	Manuel Talagua	Guía
50	Guía Local	Cielo en la Tierra	Wilfrido Tibanlombo	Guía

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N° 2. Inventario turístico 1**

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Marcia Tibanlombo	<b>1.2 Ficha N:</b> 001
<b>1.3 Supervisor evaluador:</b> Mgs. Daniel Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 28/01/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> GALO COCHA	
<b>1.6 Categoría:</b> Atractivo Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambientales Lacustres	
<b>1.8 Subtipo:</b> Laguna	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Bolívar	<b>2.2 Cantón:</b> Guaranda
<b>2.3 Parroquia:</b> Simiatug	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Cocha Colorada	<b>3.2 Distancia.</b> 5 kilómetros
<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3800 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> Varía entre 8 a 14 °C	
<b>4.3 UBICACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> Se encuentra a 30 minutos caminando de comunidad	
<b>4.5 DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</b>	

<p>Existen algunas lagunas que se encuentran en este sitio y forman el complejo lacustre laguna “Galo Cocha”, están rodeados por bosques, sus aguas cristalinas, que son de mayor visibilidad en los meses más lluviosos de enero a mayo, se puede observar algunas zonas de amortiguamiento, en ciertos momentos del día pueden convertirse en espejos del páramo.</p> <p>En esta laguna se celebra el Inti Raimy cada 21 de marzo, con la participación de los sacerdotes.</p>	
<p><b>4.6 ATRACTIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN</b></p>	
<p>Lugar donde se puede hacer actividades: trekking, cabalgatas, camping, observación de fauna y flora.</p>	
<p><b>4.7 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b></p>	
<p>No se necesita permiso para poder visitar el lugar turístico Galo Cocha, se recomienda dirigirse al lugar con una persona que conozca el sitio, la visita se la puede realizar cualquier día.</p>	
<p><b>4.8 USOS:</b></p>	
<p><b>4.8.1 Usos actual</b></p>	<p><b>4.8.2 Uso</b></p>
<p>Observación del paisaje, de flora y fauna y la vivencia de las familias indígenas hasta llegar al lugar</p>	<p>Se puede realizar fotografías de la flora, existe la vista panorámica de los pajonales</p>
<p><b>4.8.3 NECESIDADES</b></p>	
<p>Señalizar senderos con sus respectivos estudios de capacidad de carga para que no produzca contaminación y el lugar se mantenga un perfecto estado, libre de contaminación</p>	
<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p>	
<p><b>5.1 Estado:</b> No alterado</p>	
<p><b>5.2 Causas:</b> el atractivo ha sido protegida y cuidada por los habitantes del sector tratan de mantener este lugar de generación y generación.</p>	
<p><b>6. ENTORNO</b></p>	
<p><b>6.1 Entorno:</b> Conservado</p>	
<p><b>6.2 Causas:</b> Debido a los asentamientos humanos en sus alrededores los moradores han podido ayudar de mejor manera al cuidado de su entorno.</p>	
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b></p>	

<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfaltado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas,4x4, vehículo particular, bicicleta.
<b>7.5 Frecuencia:</b> Camionetas “CORA VIAJE” cada 15 minutos	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> La entrada se lo puede realizar a cualquier hora de 8:00 a 18:00
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
En la Parroquia de Simiatug no existe un buen tipo de infraestructura para los turistas ya sean en hospedaje, alimentación o sitios de espaciamento, pero hoy en día los pobladores del sector han estado trabajando en servicios turístico y poder brindar una mejor estadía al turista	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Red publica	

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N° 3. Inventario turístico 2**

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Marcia Tibanlombo	<b>1.2 Ficha N:</b> 002
<b>1.3 Supervisor evaluador:</b> Mgs. Daniel Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 28/01/2019
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> CHALATA	
<b>1.6 Categoría:</b> Atractivo Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Colina	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Bolívar	<b>2.2 Cantón:</b> Guaranda
<b>2.3 Parroquia:</b> Simatug	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Mindina	<b>3.2 Distancia:</b> 15 kilómetros
<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud</b>	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15 a 20 °C	

<b>4.3 UBICACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> se encuentran a 15 kilómetros desde la parroquia.	
<b>4.5 DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
Es una colina cubierta por en su total por bosques, desde esta montaña se puede realizar	
<b>4.6 ATRACTIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN</b>	
Lugar donde se puede actividades como, ciclismo, caminata, hacer fotografías	
<b>4.7 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
No se necesita permiso para poder visitar el sitio turístico, pero recomienda dirigirse a lugar con una persona que conozca en el sitio, la visita se puede realizar cualquier día.	
<b>4.8 USOS:</b>	
<b>4.8.1 Usos actual</b>	<b>4.8.2 Uso</b>
Observación del paisaje que ofrece observar la flora y fauna	Se puede realizar fotografías del atractivo
<b>4.8.3 NECESIDADES</b>	
Señalar senderos con sus respectivos estudios de capacidad de carga para que no produzca	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b> Hasta este tiempo este lugar ha sido protegida y cuidada por los habitantes.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> No alterado	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a los asentamientos en sus alrededores no se ha visto alteraciones del lugar, hoy en día están trabajando los habitantes.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfaltado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas, 4x4, vehículo particular, bicicleta.
<b>7.5 Frecuencia:</b> Cooperativa de camionetas Cora viaje	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> La entrada se lo puede realizar a cualquier

	hora de 8:00 a 18:00
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
En la Parroquia de Simiatug no existe un buen tipo de infraestructura para los turistas ya sean en hospedaje, alimentación o sitios de espaciamento, pero hoy en día los pobladores del sector han estado trabajando en servicios turístico y poder brindar una mejor estadía al turista	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Servicio al publico	

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N° 4. Inventario turístico 3**

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Marcia Tibanlombo	<b>1.2 Ficha N:</b> 003
<b>1.3 Supervisor evaluador:</b> Mgs. Daniel Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 20/01/2018
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Reyes de Simiatug	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Actos festivos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Fiestas	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Bolívar	<b>2.2 Cantón:</b> Guaranda
<b>2.3 Parroquia:</b> Simiatug	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Simiatug	<b>3.2 Distancia:</b> 3Horas de Guaranda
<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 01°58 03” O	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 15 °C	
<b>4.3 UBICACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> En centro de la Parroquia	
<b>4.5 DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
La fiesta se organiza con el aporte económico de todas las comunidades y se realizan en cada una de las comunidades, luego se reúnen en la Parroquia para festejar de sus	

tradiciones	
<b>4.6 ATRACTIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN</b>	
Lugar donde se puede actividades como, ciclismo, caminata, hacer fotografías	
<b>4.7 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
No se necesita permiso para poder visitar el sitio turístico, pero recomienda dirigirse a lugar con una persona que conozca en el sitio, la visita se puede realizar cualquier día.	
<b>4.8 USOS:</b>	
<b>4.8.1 Usos actual</b>	<b>4.8.2 Uso</b>
Observación del paisaje que ofrece observar la flora y fauna	Se puede realizar fotografías del atractivo
<b>4.8.3 NECESIDADES</b>	
Señalizar senderos con sus respectivos estudios de capacidad de carga para que no produzca	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b> Señalizar senderos con sus respectivos estudios de capacidad de carga para que no produzca	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> No alterado	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a los asentamientos en sus alrededores no se ha visto alteraciones del lugar, hoy en día están trabajando los habitantes.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo</b> Asfaltado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas,4x4, vehículo particular, bicicleta.
<b>7.5 Frecuencia:</b> Cooperativa de camionetas Cora viaje	<b>7.6 Temporalidad de acceso :</b> La entrada se lo puede realizar a cualquier hora de 8:00 a 18:00
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
En la Parroquia de Simiatug no existe un buen tipo de infraestructura para los turistas ya sean en hospedaje, alimentación o sitios de espaciamento, pero hoy en día los	

pobladores del sector han estado trabajando en servicios turístico y poder brindar una mejor estadía al turista

## **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**9.1 Agua:** Entubada

**9.2 Energía eléctrica:** Sistema interconectado

**9.3 Alcantarillado:** Servicio al público

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N° 5. Inventario turístico 4**

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 encuestador:</b> Marcia Tibanlombo	<b>1.2 Ficha N:</b> 004
<b>1.3 supervisor evaluador:</b> Mgs. Daniel Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 20/01/2018
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Pambuk Urku	
<b>1.6 Categoría:</b> Atractivo Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Colina	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Bolívar	<b>2.2 Cantón:</b> Guaranda
<b>2.3 Parroquia:</b> Simatug	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Pambuk Loma	<b>3.2 Distancia:</b> 4 kilómetros
<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 356 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 10 °C	
<b>4.3 UBICACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> Comunidad Pambuc Loma	

<b>4.5 DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
Es una colina cubierta por bosques, esta montaña es de centro de espiritualidad andina	
<b>4.6 ATRACTIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN</b>	
Lugar donde se puede hacer actividades: treking, cabalgatas, camping, observación de fauna y flora.	
<b>4.7 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
No se necesita permiso para poder visitar el sitio turístico, pero recomienda dirigirse a lugar con una persona que conozca en el sitio, la visita se puede realizar cualquier día.	
<b>4.8 USOS:</b>	
<b>4.8.1 Usos actual</b>	<b>4.8.2 Uso</b>
Observación del paisaje que ofrece observar la flora y fauna	Se puede realizar fotografías del atractivo
<b>4.8.3 NECESIDADES</b>	
Señalizar senderos con sus respectivos estudios de capacidad de carga para que no produzca	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b> el atractivo ha sido protegida y cuidada por los habitantes del sector tratan de mantener este lugar de generación y generación.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a los asentamientos humanos en sus alrededores los moradores han podido ayudar de mejor manera al cuidado de su entorno.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfaltado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas,4x4, vehículo particular, bicicleta.
<b>7.5 Frecuencia:</b> Cooperativas de camionetas de Cora Viaje	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> La entrada se lo puede realizar a cualquier hora de 8:00 a 18:00
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	

En la Parroquia de Simiatug no existe un buen tipo de infraestructura para los turistas ya sean en hospedaje, alimentación o sitios de espaciamento, pero hoy en día los pobladores del sector han estado trabajando en servicios turístico y poder brindar una mejor estadía al turista

## **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**9.1 Agua:** Entubada

**9.2 Energía eléctrica:** Sistema interconectado

**9.3 Alcantarillado:** Servicio al publico

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

**Tabla N° 6. Inventario turístico 5**

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Marcia Tibanlombo	<b>1.2 Ficha N:</b> 005
<b>1.3 Supervisor evaluador:</b> Mgs. Daniel Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 28/01/2018
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Artesanías indígenas	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Artesanías	
<b>1.8 Subtipo:</b> Tejidos	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Bolívar	<b>2.2 Cantón:</b> Guaranda
<b>2.3 Parroquia:</b> Simiatug	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Simiatug	<b>3.2 Distancia:</b> 3 horas de Guaranda
<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 01°58 03" O	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 15° C	

<b>4.3 UBICACIÓN DEL ATRACTIVO:</b> En centro de la Parroquia	
<b>4.5 DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
Las artesanías se han ido popularizando y tecnificando gracias a las microempresas comunitarias creadas desde las organizaciones populares, que ha consolidado su desarrollo de manera autónoma, surgiendo por el empeño de sus habitantes por la elaboración y diseño de las artesanías	
<b>4.6 ATRACTIVOS INDIVIDUALES QUE LO CONFORMAN</b>	
Lugar donde se puede actividades como, ciclismo, caminata, hacer fotografías	
<b>4.7 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
No se necesita permiso para poder visitar el sitio turístico, pero recomienda dirigirse a lugar con una persona que conozca en el sitio, la visita se puede realizar cualquier día	
<b>4.8 USOS:</b>	
<b>4.8.1 Usos actual</b>	<b>4.8.2 Uso</b>
Observación del paisaje que ofrece observar la flora y fauna	Se puede realizar fotografías del atractivo
<b>4.8.3 NECESIDADES</b>	
Las artesanías vender en mayor cantidades en los mercados nacionales e internacionales, ya que para las personas es un subsistencia a los hogares	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b> el atractivo ha sido conservado la cultura de las comunidades de la parroquia Simiatug.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Vienen manteniendo las culturas de generación en generación en los tejidos se brillan, transmite y resguardan la cultura de Guaranka	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfaltado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas,4x4, vehículo particular, bicicleta.
<b>7.5 Frecuencia:</b> Cooperativas de	<b>7.6 Temporalidad de acceso.</b> La

camionetas Cora viaje	entrada se lo puede realizar a cualquier hora de 8:00 a 18:00
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
En la Parroquia de Simiatug no existe un buen tipo de infraestructura para los turistas ya sean en hospedaje, alimentación o sitios de espaciamento, pero hoy en día los pobladores del sector han estado trabajando en servicios turístico y poder brindar una mejor estadía al turista	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Servicio al publico	

**Elaboración:** Tibanlombo, 2019

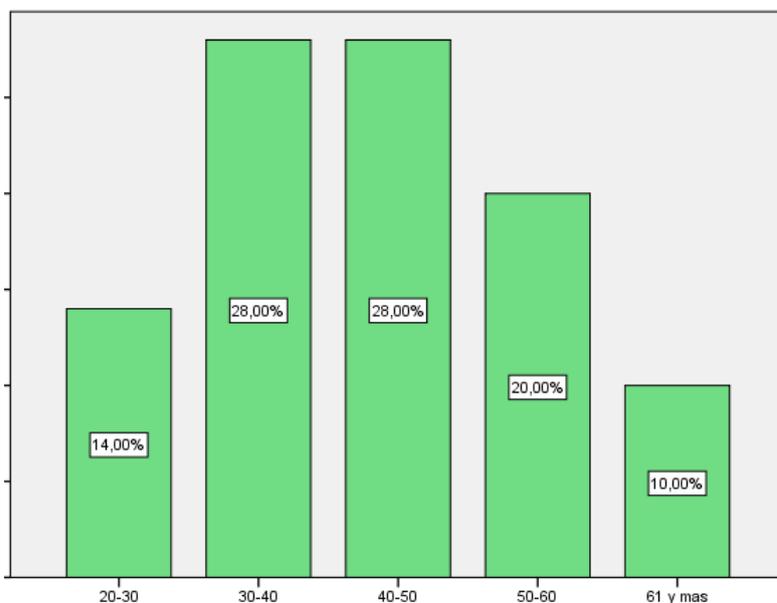
**Anexo 3. Análisis, interpretación y discusión de resultados**  
**Estrato a los prestadores de servicios turísticos**

**Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?**

**Tabla 1 Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-30	7	14,0	14,0	14,0
	30-40	14	28,0	28,0	42,0
	40-50	14	28,0	28,0	70,0
	50-60	10	20,0	20,0	90,0
	61 y mas	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019



**Grafico 1 Edad**

**Análisis**

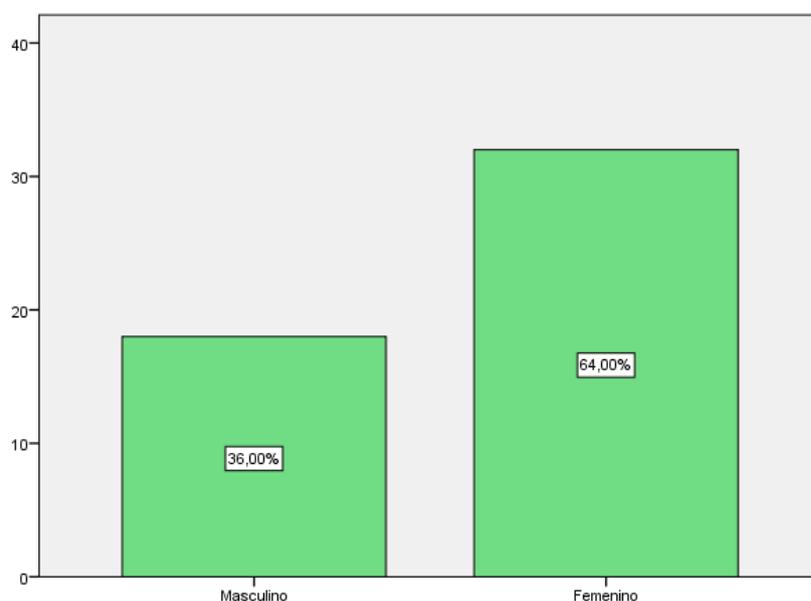
Se muestra la distribución de las edades de las personas encuestadas los resultados se dividieron varios rangos de las edades de 50-60, 30-40 equivale al 28% que son las personas que tienen la dinámica desarrollar el turismo mientras que el 20% tiende a ser las edades de 50-60 años, está en la posibilidad de asumir esta responsabilidad combinando con sus actividades cotidianas, seguido del 14% de las edades de 20-30 son edades jóvenes que tienen el dinamismo de involucrarse en la actividad y el 10% son adultos entre las edades de 61 a más años de edad, sin embargo ellos siguen y confían en la actividad.

## Pregunta 2. ¿Cuál es su género?

**Tabla 2 Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	18	36,0	36,0	36,0
	Femenino	32	64,0	64,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 2. Género**

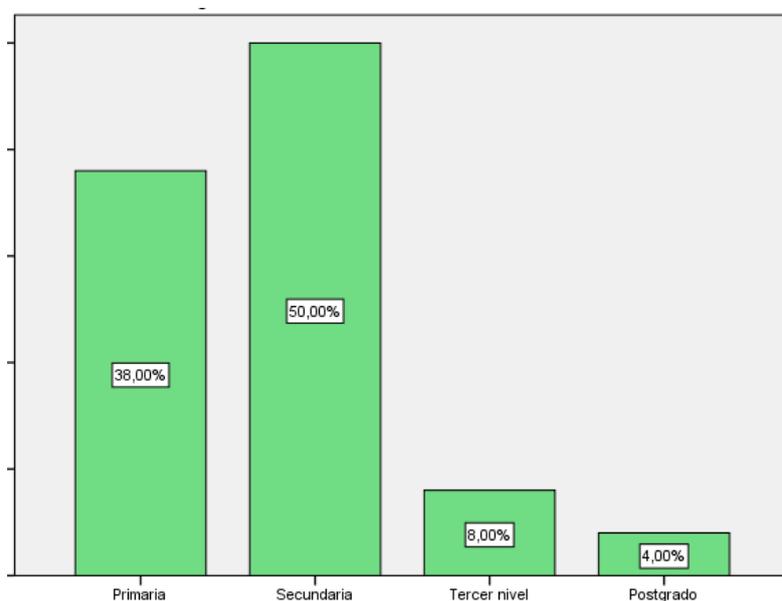
En la figura muestra que la mayoría de los emprendedores de la parroquia Simiatug son de género femenino que equivale al 64% lo restante es de 36% del género masculino, esto indica que tanto como hombres y mujeres forman parte de los emprendedores que están preparados para atender a turistas, este resultado es de gran utilidad ya que los servicios no presentan diferencia de género.

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

**Tabla 3. Educación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	19	38,0	38,0	38,0
	Secundaria	25	50,0	50,0	88,0
	Tercer nivel	4	8,0	8,0	96,0
	Postgrado	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 3. Educación**

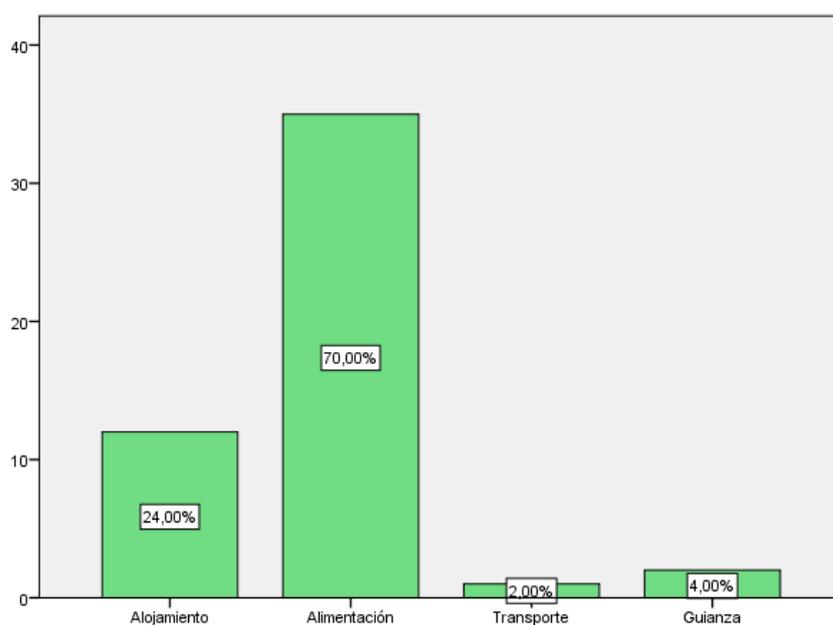
El Nivel de instrucción de las familias involucradas en prestadores de servicios turísticos, se observó que el 50% tiene nivel educativo de secundaria, seguido del nivel de educación primaria con el 38% y otro aspecto fundamental asume la preparación técnica con el 8% y el 4% tienen nivel superior universitario tal como se ve en la figura.

#### Pregunta 4. ¿Usted qué tipo de servicios turísticos ofrece?

**Tabla 4 Servicios Turísticos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alojamiento	12	24,0	24,0	24,0
	Alimentación	35	70,0	70,0	94,0
	Transporte	1	2,0	2,0	96,0
	Guianza	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 4** Servicios turísticos

#### **Análisis**

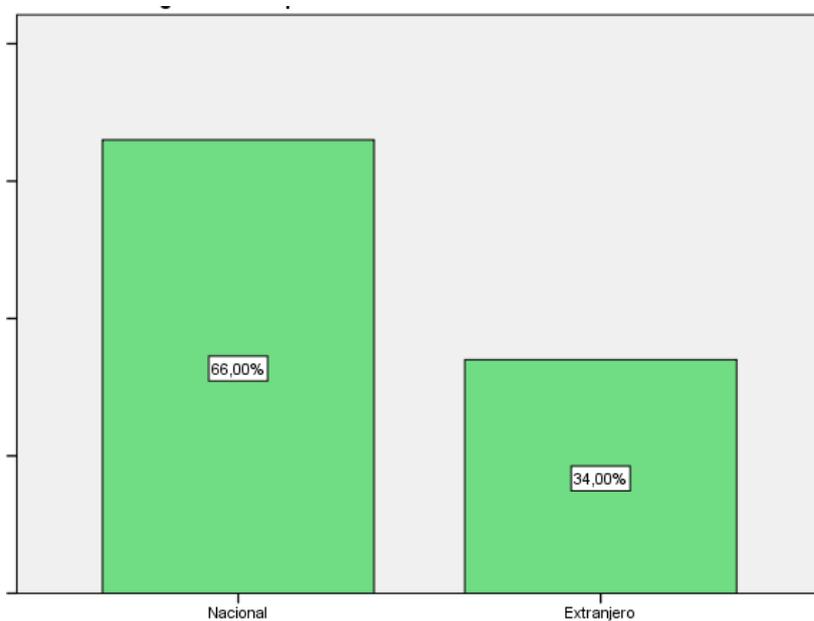
Del 100% de encuestados, el 70% de ellos están dispuestos a recibir turistas en su restaurante, mientras que el 24% está dispuesto al servicio de alojamiento, el 4% es de Guianza y el 2% de transportes. Se determina que la gran mayoría de asociados si estarían dispuestos a recibir turistas en sus servicios, dando como resultado positivo, el saber que se puede contar con su colaboración a la hora de llegar a ejecutar algún proyecto que favorezca a la zona.

### Pregunta 5. ¿Cuál es la procedencia de sus clientes?

**Tabla 5. Procedencia de clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacional	33	66,0	66,0	66,0
	Extranjero	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 5** Procedencia de clientes

Se mencionó el 66% corresponde a los turistas nacionales, el 34% son turistas extranjeros.

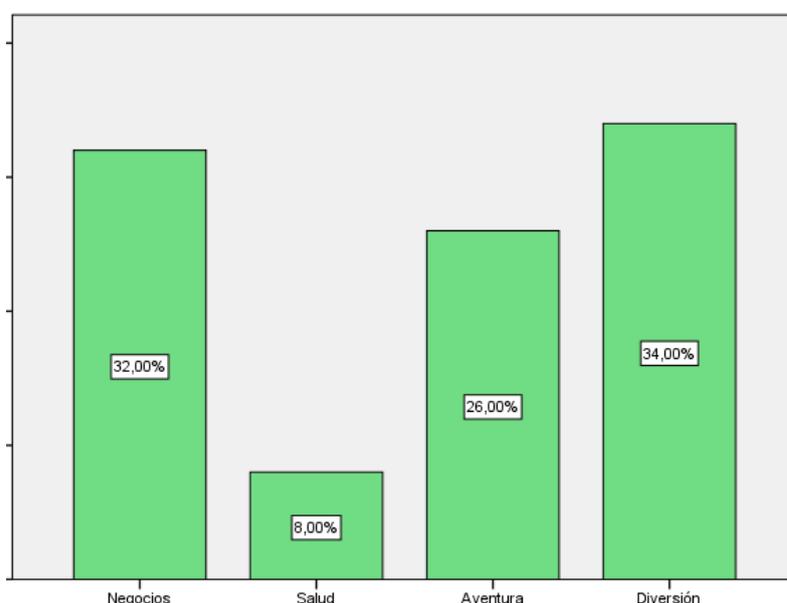
La mayoría de turistas que visitan a la parroquia Simiatug son nacionales, seguidamente los turistas extranjeros corresponden un porcentaje mínimo que visitan a la parroquia Simiatug en bajas cantidades.

## Pregunta 6. ¿Cuál es el motivo principal del turista que visita a Simiatug?

**Tabla 6. Motivo de visita**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Negocios	16	32,0	32,0	32,0
	Salud	4	8,0	8,0	40,0
	Aventura	13	26,0	26,0	66,0
	Diversión	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 6. Motivo de visita**

El 34% de emprendedores encuestados se notó la visita de turistas a Simiatug diversión, el 32% se viajan por motivo de negocios, el 26% se viaja por la aventura y el 18% es motivo por la salud.

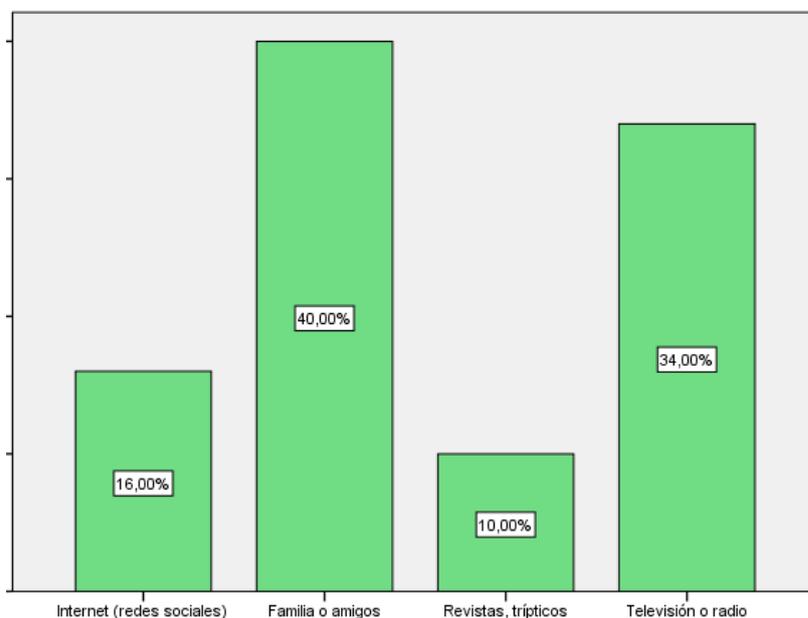
Los turistas que viajan a Simiatug es por la diversión que se destaca por las fiestas tradicionales que realizan, por otro lado, también es por negocios porque en la parroquia existe la feria indígena, seguidamente también viajan por motivo de aventura que rodea por sus cascadas, senderos, montañas y bosques, al respecto de salud se refiere a turistas que llegan a la parroquia por medicina ancestral. Observando esto es importante incrementar la actividad turística en los lugares que han sido poco promocionado.

### Pregunta 7. ¿Cuál es el medio por el cual hace publicidad de su servicio?

**Tabla 7. Publicidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Internet (redes sociales)	8	16,0	16,0	16,0
	Familia o amigos	20	40,0	40,0	56,0
	Revistas, trípticos	5	10,0	10,0	66,0
	Televisión o radio	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 7. Publicidad**

#### **Análisis**

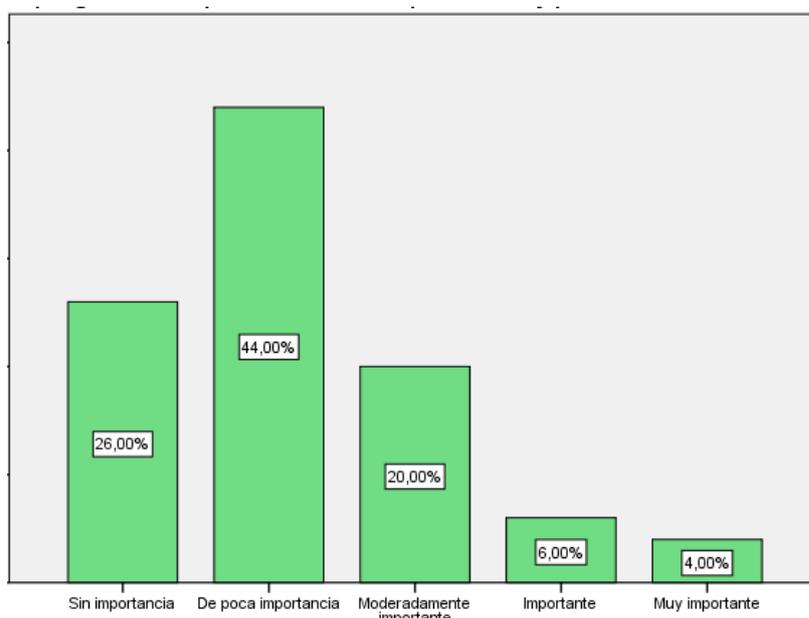
Según la encuesta realizado el medio de comunicación para la promoción de la parroquia simiatug se observó en recomendación de familia o amigos con 40% y 34% son personas que hace publicidad mediante televisión y radio mientras el 16% utilizan a través de Internet redes sociales y el 10% hacen mediante las revistas y trípticos, en conclusión los emprendedores hacen la promoción su servicio atreves de la familia y amigos, para mejorar la promoción en diferentes medios es establecer la estrategia.

**Pregunta 8. ¿Qué grado de importancia le da usted a promoción y publicidad turística?**

**Tabla 8 Promoción y publicidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin importancia	13	26,0	26,0	26,0
	De poca importancia	22	44,0	44,0	70,0
	Moderadamente importante	10	20,0	20,0	90,0
	Importante	3	6,0	6,0	96,0
	Muy importante	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019



**Gráfico 8.** Promoción y publicidad

**Análisis**

Como se observó en total de respuestas obtenidas el 44% de los encuestados consideran a la promoción de sus servicios no usan adecuadamente por desconocimientos de los medios que faciliten la publicidad adecuada de los atractivos y prestadores turísticos y el 20% opina lo contrario puesto que existen lugares que si cuentan con actividades e instalaciones turísticas.

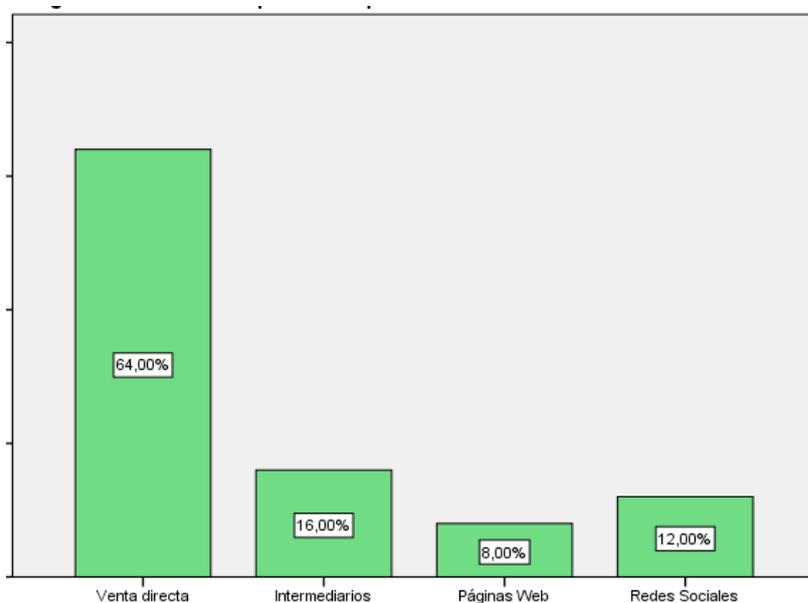
Con la ayuda de estos datos se puede deducir que la parroquia no cuenta con la publicidad adecuada, o no son tan promocionadas, ya que existen algunos lugares que si ofrecen estos servicios.

### Pregunta 9. ¿Cuál es el medio que utiliza para comercializar su servicio?

**Tabla 9. Comercializar**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Venta directa	32	64,0	64,0	64,0
	Intermediarios	8	16,0	16,0	80,0
	Páginas Web	4	8,0	8,0	88,0
	Redes Sociales	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 9. Comercializar**

Las encuestas realizadas en total de respuestas obtenidas el 64% de los encuestados considero la comercialización de sus servicios hacen solo la venta directa, el 16% a través de intermediarios, mientras que el 12% venden a través de redes sociales y el 6% mediante página web

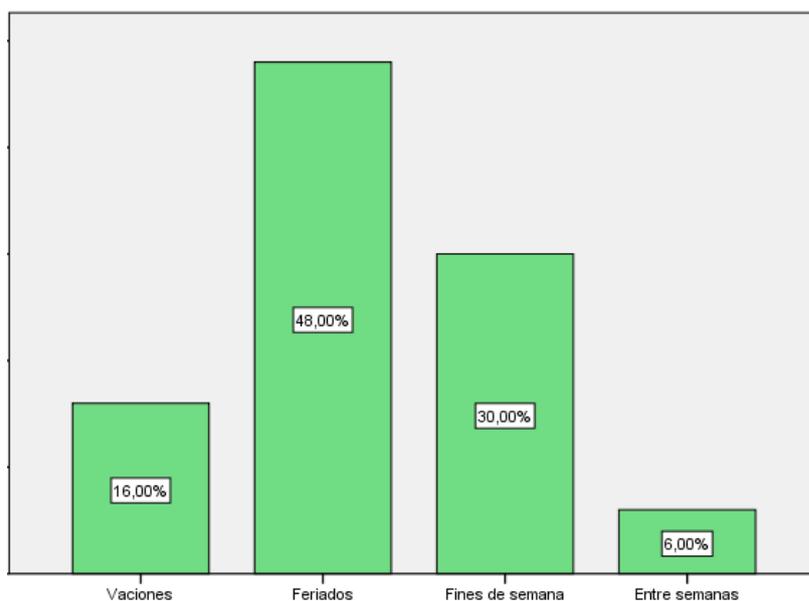
De acuerdo a la opinión de los encuestados el mejor medio de publicidad son venta directa, la tecnología para otros es la mejor opción por su fácil accesibilidad sin embargo para otros los intermediarios esto vende a través de operador turístico de la vecina parroquia salinas, analizando es fundamental platera estrategias para emprendedores con la finalidad de mejorar la comercialización y dar a conocer a nivel nacional e internacional lo que posee la parroquia Simiatug.

**Pregunta 10. ¿Identifique de 1 al 5, la temporada donde solicita más los turistas a su servicio?**

**Tabla 10 Temporada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vacaciones	8	16,0	16,0	16,0
	Feriados	24	48,0	48,0	64,0
	Fines de semana	15	30,0	30,0	94,0
	Entre semanas	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 10.** Temporada

### **Análisis**

De todos los encuestados el 48% visitan a la parroquia en pareja, el 32% llegan con familia, el 14% con amigos y el 6% visitan a la parroquia sola.

Los turistas llegan a la parroquia generalmente acompañados de 1 persona esto se debe a que visitan con su pareja o amigos, también en algunos casos los acompañan 2 personas esto es porque son acompañados de familiares para compartir experiencias en la parroquia Simiatug.

### Pregunta 11. ¿Al momento de consumir su servicio lo hace?

Tabla 11 Consumidor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	3	6,0	6,0	6,0
	Pareja	24	48,0	48,0	54,0
	En familia	16	32,0	32,0	86,0
	Con amigos	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en enero del 2019.

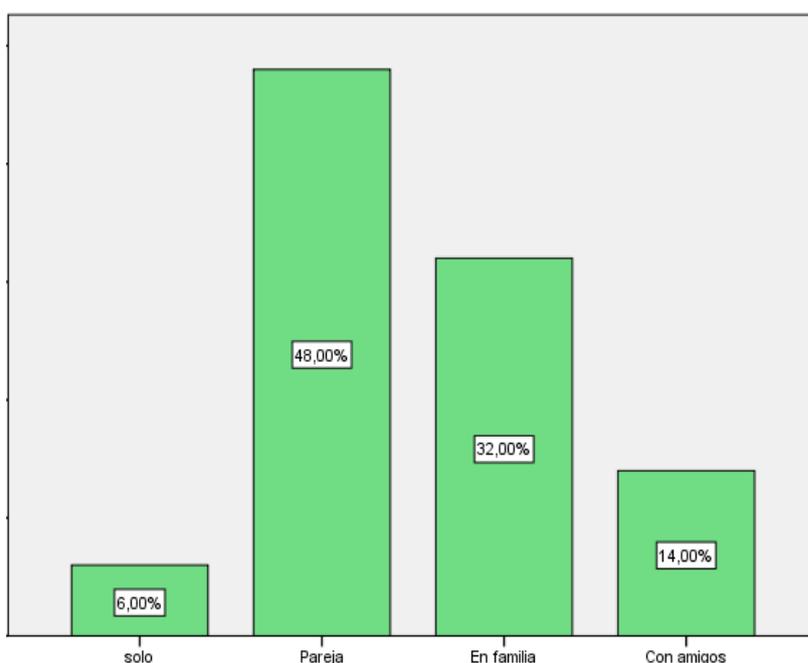


Grafico 11. Consumidores

De todos los encuestados el 48% visitan a la parroquia en pareja, el 32% llegan con familia, el 14% con amigos y el 6% visitan a la parroquia sola.

Los turistas llegan a la parroquia generalmente en pareja y son acompañados de familiares para compartir experiencias en la parroquia Simiatug.

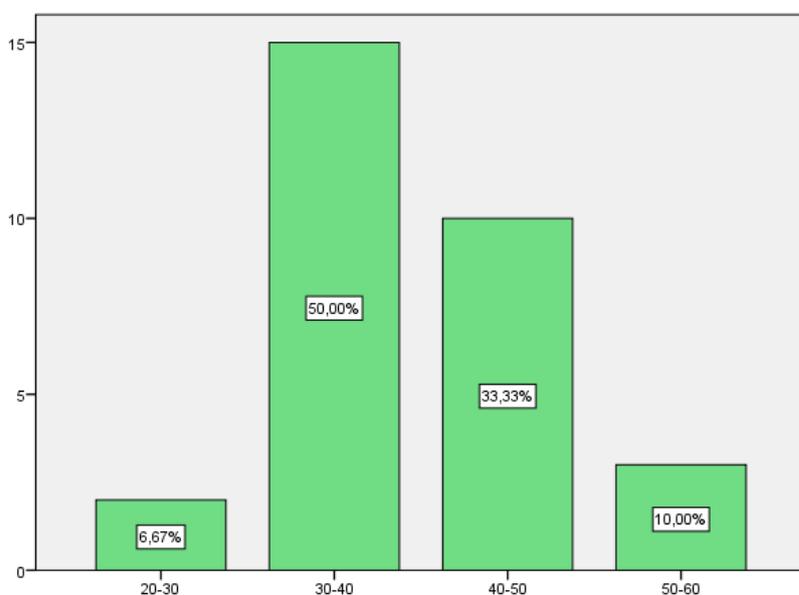
## Estrato a la entidad de la Parroquia Simiatug

### Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?

**Tabla 1 Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-30	2	6,7	6,7	6,7
	30-40	15	50,0	50,0	56,7
	40-50	10	33,3	33,3	90,0
	50-60	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Figura 1.** Edad

Del total de miembros encuestados de las entidades respecto a edades, se observó que un 50% se halla en el rango de 30 a 40 y 33% son las edades de 33.33%, 50-60 años se hallan 10%.

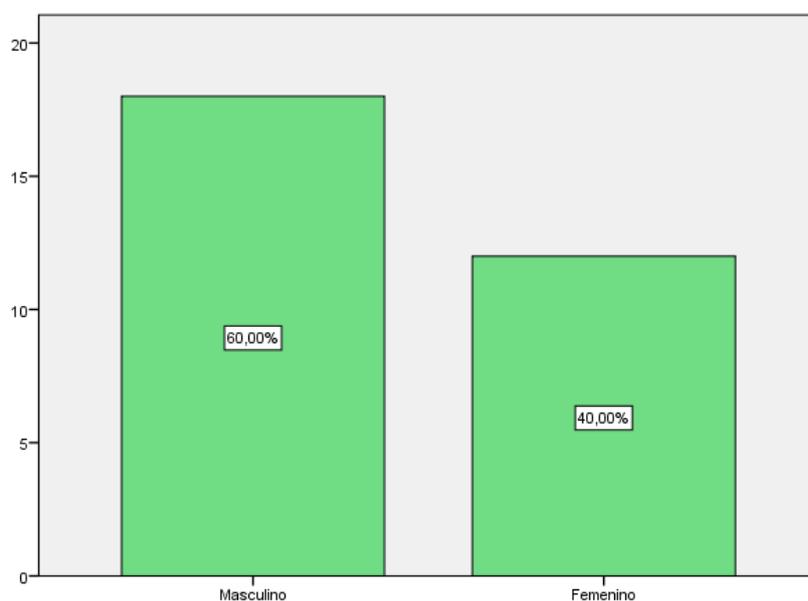
Conforme a los datos obtenidos, se puede notar que la mayoría de encuestados se halla en una edad representativa donde aún se puede ejercer actividades turísticas sin ningún tipo de problema, y en menor porcentaje se encuentran rangos de edad donde pueden ejercer esta actividad sin complicación.

## Pregunta 2. ¿Cuál es su género?

**Tabla 2 Género.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	18	60,0	60,0	60,0
	Femenino	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Figura 2.** Género.

### Análisis

De un total de 30 personas encuestadas en el pueblo Simiatug corresponde al 60% mientras que el 40% son de género femenino

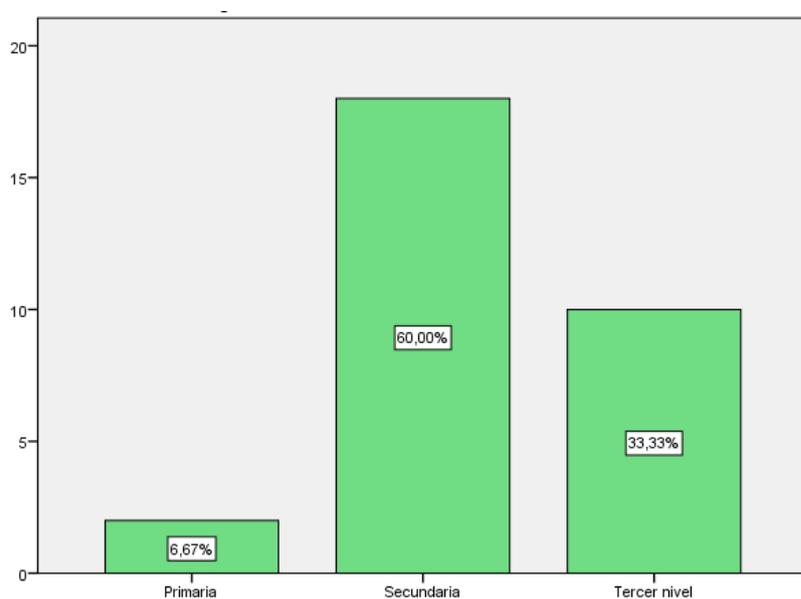
De la entidad de parroquia se tiene más el género masculino y menos el género femenino, son equitativos que aportan en actividades de la organización para desarrollar el turismo.

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

**Tabla 3. Educación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	2	6,7	6,7	6,7
	Secundaria	18	60,0	60,0	66,7
	Tercer nivel	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019



**Gráfico 3. Educación**

Con respecto al grado de instrucción se puede evidenciar que un 60% tienen un nivel secundario, un 33% tercer nivel y un 6.6% de primaria del total de las autoridades de la parroquia simiatug.

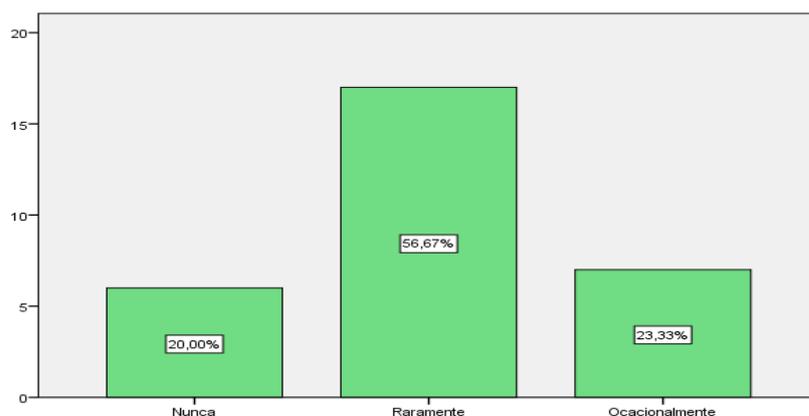
De acuerdo a los datos obtenidos se puede afirmar que un porcentaje considerable de visitantes tienen como mínimo un tercer nivel educativo lo cual demuestra que simiatug forma parte del grupo de profesionales que existen en el campo laboral ecuatoriano.

**Pregunta 4. ¿Con que frecuencia esta entidad parroquial gestiona los planes y proyectos turísticos?**

**Tabla 4. Gestión de entidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	20,0	20,0	20,0
	Raramente	17	56,7	56,7	76,7
	Ocasionalmente	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019



**Gráfica 4.** Gestión de entidad

**Análisis**

Como se observó en total de respuestas obtenidas el 56.67% de los encuestados consideran que las autoridades locales no tienen la responsabilidad de gestionar los proyectos turísticos, el 23.33% opina que se realizan ocasionalmente los proyectos y 20% no tiene conocimientos de turismo, es responsabilidad de todos para mejorar turismo en la parroquia.

Con estos datos que se puede ver que las autoridades de la parroquia deben gestionar los planes turísticos e incentivar a la realización de proyectos ya que la parroquia tiene un gran potencial para que los turistas lleguen a visitar

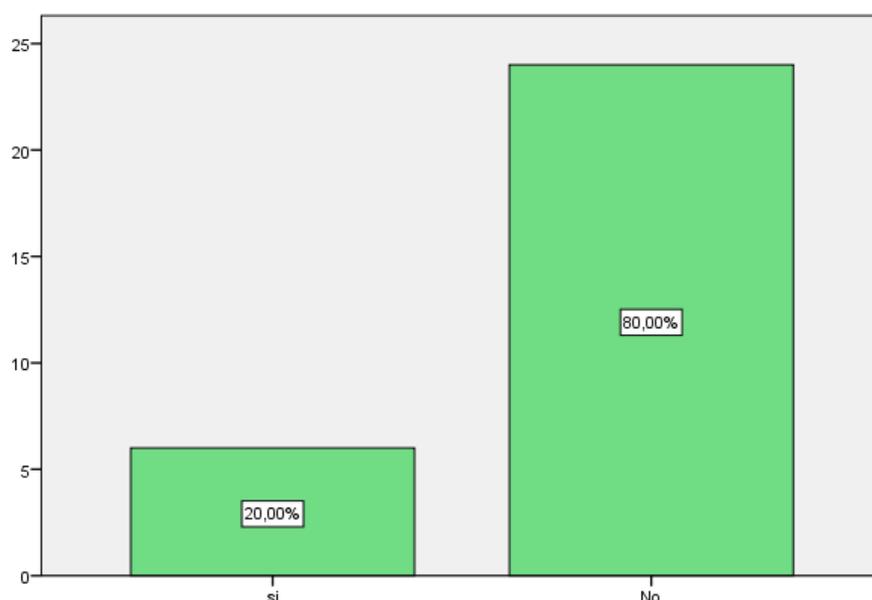
Las autoridades locales tienen la responsabilidad de apoyar en el desarrollo turístico de la parroquia tomando como una fuente limpia de trabajo para sus habitantes, de esta manera es fundamental plantear estrategias que ayudara a incrementar servicios turísticos para proporcionar al turista una mejor estancia en el lugar, por lo que es necesario la aplicación de estrategias constantes para mejorar e incrementar la actividad turística en la parroquia Simiatug.

**Pregunta 5. ¿La parroquia de Simiatug cuenta con inventario turístico actualizado?**

**Tabla 5. Inventario turístico**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	20,0	20,0	20,0
	No	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 5.** Inventario turístico

**Análisis**

Como se notó del total de respuestas obtenidas por los encuestados el 80% de los encuestados señalan que no existe de un registro actualizado de los lugares turísticos de la parroquia y el 20% tiene la información solo en borrador

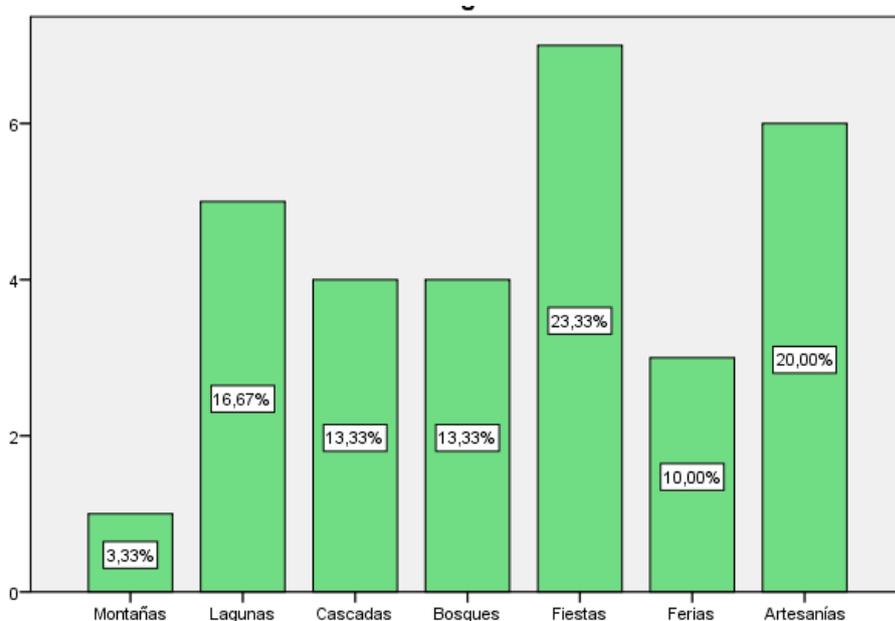
Con la ayuda de estos datos es muy evidente deducir que es necesario elaborar el inventario de recursos turísticos actualizado para la parroquia puesto que es la información base para el desarrollo de proyectos y emprendimientos turísticos. Con esta información se puede dar a conocer los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia.

**Pregunta 6. ¿Cuáles son lugares de interés de visitas más importantes de la parroquia Simiatug?**

**Tabla 6. Interés de visita**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Montañas	1	3,3	3,3	3,3
	Lagunas	5	16,7	16,7	20,0
	Cascadas	4	13,3	13,3	33,3
	Bosques	4	13,3	13,3	46,7
	Fiestas	7	23,3	23,3	70,0
	Ferías	3	10,0	10,0	80,0
	Artesanías	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfica 6. Sitios de visita**

**Análisis**

De un total de 30 personas encuestadas en la parroquia simiatug, el 23% el lugar más importante de visita son las fiestas que existe en la parroquia, 20% por las artesanías, 16% por las artesanías, 13.33% son por cascadas, bosques y el 10% por las ferias y montañas.

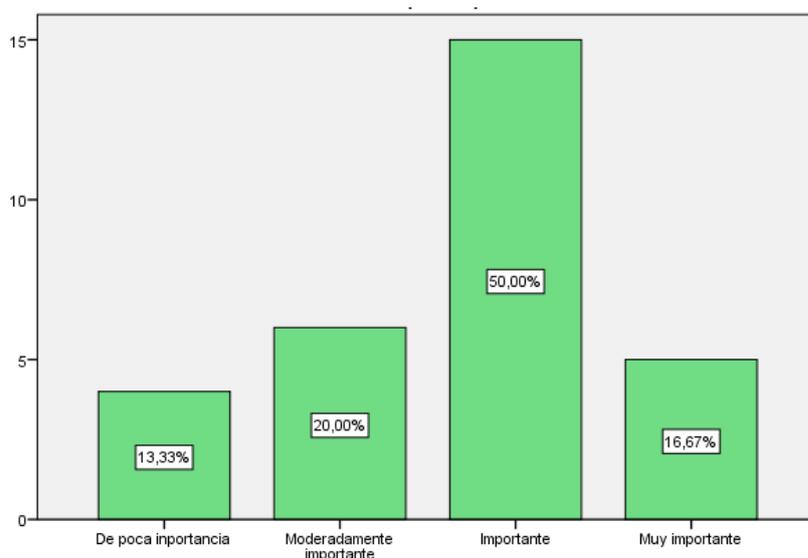
Es muy claro que las personas encuestadas determinan que el interés principal para visitar la parroquia es por lagunas, por lo cual para el mejor desarrollo de turismo es fundamental plantear estrategias para las entidades, debido para mejorar la oferta de atractivos turísticos y de los bienes y servicios que ofrecen.

**Pregunta 7. ¿Qué grado de importancia tiene la accesibilidad turística para el desarrollo de la parroquia?**

**Tabla 7. Facilidad turística.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De poca importancia	4	13,3	13,3	13,3
	Moderadamente importante	6	20,0	20,0	33,3
	Importante	15	50,0	50,0	83,3
	Muy importante	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 7.** Accesibilidad turística

**Análisis**

El 50% opinan que la accesibilidad es importante para el desarrollo turístico mientras que, 20% cree que es moderadamente necesario sin embargo un 16% considera que es muy importante la accesibilidad.

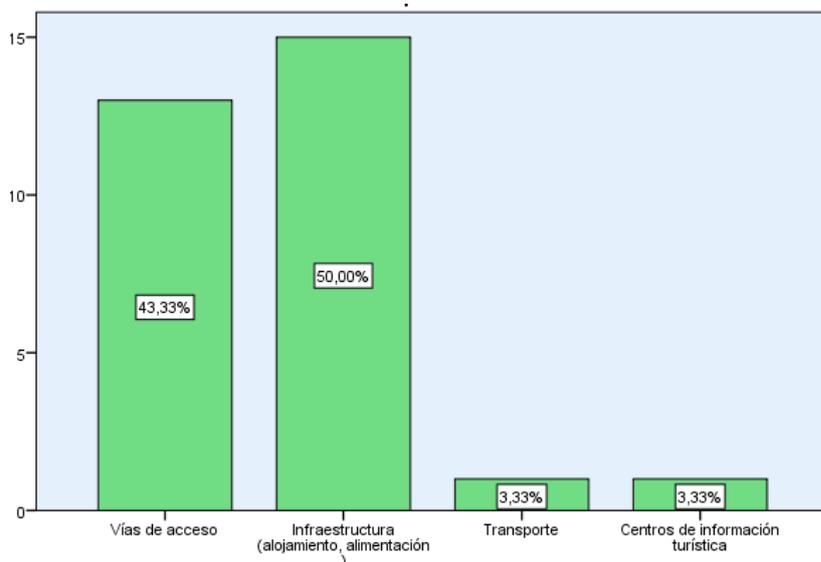
La accesibilidad turística es importante para el turismo, son aceptables para ofertar productos o servicios con todas las características que un turista necesita durante su viaje.

**Pregunta 8. ¿Qué tipo de facilidades existen para el desarrollo turístico de la parroquia?**

**Tabla 8. Tipo de facilidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vías de acceso	13	43,3	43,3	43,3
	Infraestructura (alojamiento, alimentación )	15	50,0	50,0	93,3
	Transporte	1	3,3	3,3	96,7
	Centros de información turística	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Grafico 8. Tipo de facilidad**

El 50% de los encuestados afirman que existen la planta turística mientras el 43.33% son que existen las vías de acceso y el 33.33% puede encontrar transporte y centros de información en la parroquia.

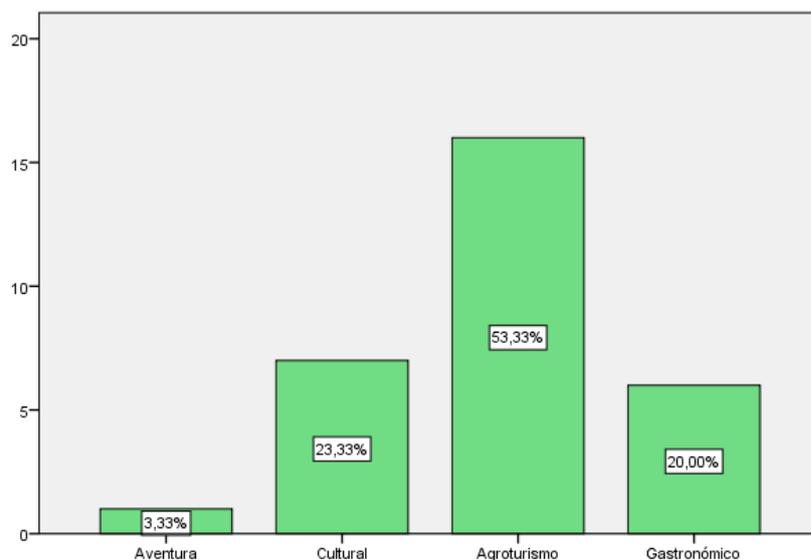
Los datos obtenidos mencionan los tipos de facilidades existen vías de acceso y alojamientos y restaurante, es necesario incrementar la gestión de las autoridades para mejorar el desarrollo turístico.

**Pregunta 9. ¿En la parroquia Simiatug que actividades turísticas pueden realizar un visitante?**

**Tabla 9. Actividades turísticas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aventura	1	3,3	3,3	3,3
	Cultural	7	23,3	23,3	26,7
	Agroturismo	16	53,3	53,3	80,0
	Gastronómico	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 9.** Actividades turísticas

**Análisis**

El 53.33% de los encuestados afirman que puede realizar la actividad de agroturismo mientras el 23% son las actividades culturales que ofrece la parroquia y el 20% es el gastronómico donde puede encontrar en alrededores de la parroquia.

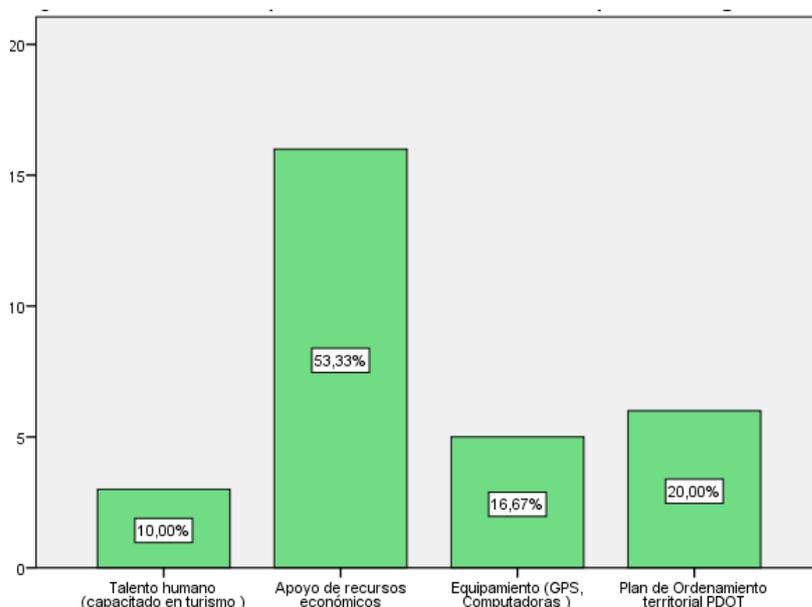
Los datos obtenidos la mencionan las actividades que pueden realizar es la aventura, cultural y agroturismo a estos atractivos es de mucho interés para los turistas nacionales y extranjeros.

**Pregunta 10. ¿Cuál es la fortaleza que tiene esta entidad en la parroquia?**

**Tabla 10. Fortaleza de identidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Talento humano (capacitado en turismo )	3	10,0	10,0	10,0
	Apoyo de recursos económicos	16	53,3	53,3	63,3
	Equipamiento (GPS, Computadoras )	5	16,7	16,7	80,0
	Plan de Ordenamiento territorial PDOT	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Gráfico 10. Fortaleza de identidad**

El 53.33% de los encuestados afirman que si hay poco de apoyo económico mientras el 20% es el PDOT que tiene la Junta Parroquial y el 16% es el equipamiento que existe en las asociaciones privadas.

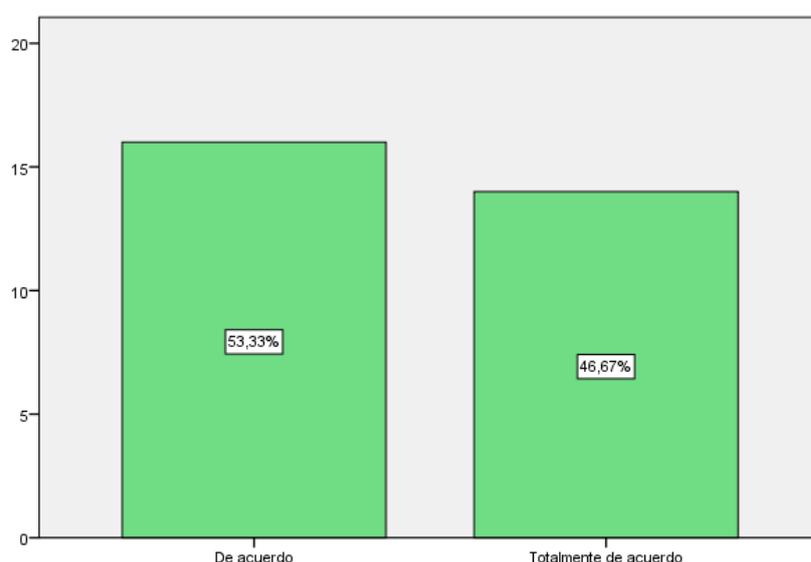
Los datos obtenidos la mencionan que hay apoyo económico muy poco en dentro de la organización privada donde se trabajan ejecutando los proyectos para la parroquia.

**Pregunta 11. ¿Usted considera que al existir el desarrollo turístico en la parroquia incrementaría empleo para la población?**

**Tabla 11. Empleo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	16	53,3	53,3	53,3
	Totalmente de acuerdo	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Grafico 11. Empleo**

**Análisis**

Como se puede observar en total de respuestas obtenidas el 53.33% de los encuestados consideran que ven al turismo como una fuente de desarrollo de empleo mientras el 46.67% no irán al turismo como fuente de empleo.

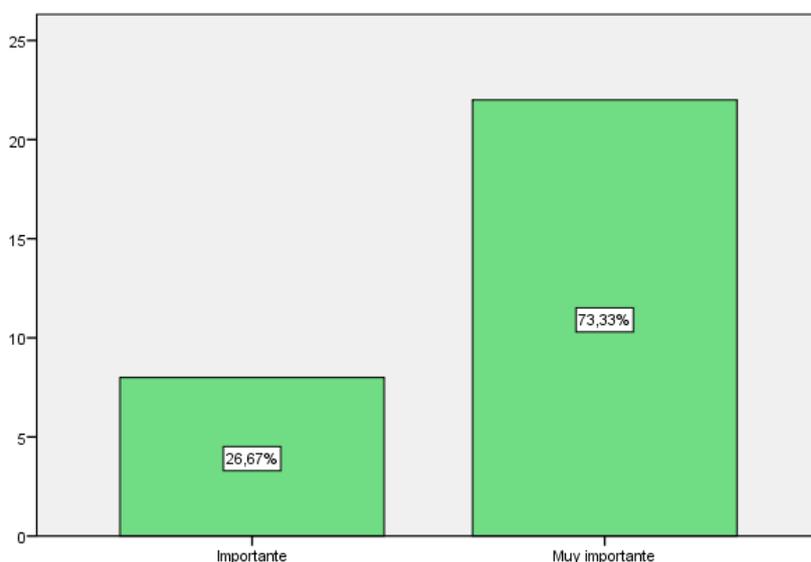
La ayuda de estos datos se puede deducir que las autoridades de la parroquia si ven al turismo que incrementa empleo, debido al gran impulso que se da a esta área por parte del gobierno de la junta parroquial y de organizaciones privadas. La población mentaliza al turismo como una fuente de trabajo limpia y lo tienen en mente, ya que cuentan con una gran cantidad de recursos turísticos tanto naturales como culturales para desarrollar esta actividad en la parroquia.

**Pregunta 12. ¿Cree usted importante que el turismo pueda mejorar el nivel de vida de la población generando recursos económicos?**

**Tabla 12. Recursos económicos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	8	26,7	26,7	26,7
	Muy importante	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas en enero del 2019.



**Grafico 12.** Recursos económicos.

**Análisis**

El 73.33% de los encuestados de la parroquia cree que el turismo puede ayudar a mejorar el nivel de vida de los habitantes de la parroquia Simiatug y sus alrededores, por ser una actividad socio-económica, ya que el turismo ayudaría significativamente en el desarrollo de la parroquia, mientras 26.67% le dan la información a lo contrario

En la parroquia Simiatug las autoridades y administradores afirman la posibilidad de que el turismo impulsaría al pueblo tanto social como económicamente, ya que creen que con el turismo se pueden implantar nuevos negocios y agilizar el comercio

## Anexo 6. Encuestas



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

### **Instrumento de encuesta dirigido a prestadores de servicios turísticos de la Parroquia Simiatug**

#### **Datos Informativos**

**Formulario N°:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_ **Provincia:**

**Bolívar Cantón:** Guaranda **Parroquia:** Simiatug. **Encuestador:** Tibanlombo Marcia.

#### **Objetivo**

Recabar información para realizar la investigación de la oferta en la parroquia Simiatug, como un requisito previo a la obtención del título.

#### **Confidencialidad**

Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidencial y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

**Instrucciones:** Por favor responda y marque con una X la respuesta que usted considere adecuada. La seriedad de la información que usted proporcione permitirá una investigación efectiva.

#### **Información General.**

##### **1. Edad**

20-30	
30-40	
40-50	
50-60	
70 y mas	

##### **2. Género.**

Masculino	
Femenino	

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

Primaria	
Secundaria	
Tercer nivel	
Postgrado	

**Información Específica**

**4. ¿Usted qué tipo de servicios turísticos ofrece?**

Alojamiento	
Alimentación	
Transporte	
Guianza	

**5. ¿Cuál es la procedencia de sus clientes?**

Nacional	Extranjero

**6. ¿Cuál es el motivo principal del turista que visita a Simiatug?**

Negocios	
Salud	
Aventura	
División	

**7. ¿Cuál es el medio por el cual hace publicidad de su servicio?**

Internet (redes sociales )	
Familia o amigos	
Revistas, trípticos	
Televisión o radio	

**8. ¿Qué grado de importancia le da usted a la promoción y publicidad turística?**

Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante

9. ¿Cuál es el medio que utiliza para comercializar su servicio?

Venta Directa	
Intermediarios	
Páginas Web	
Redes Sociales	

10. ¿Identifique de 1 al 5, la temporada donde solicitan más los turistas su servicio?

Calificación	5	4	3	2	1
Vacaciones					
Feridos					
Entre semanas					
Fines de semana					

11. ¿Al momento de consumir su servicio lo hace?

Solo	
Pareja	
En familia	
Con amigos	

SUGERENCIAS:

.....

.....

.....

*Muchas gracias por su colaboración.*



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

**Instrumento de encuesta dirigido a Entidades de la Parroquia Simiatug**

**Datos Informativos**

**Formulario N°:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_ **Provincia:**  
Bolívar **Cantón:** Guaranda **Parroquia:** Simiatug. **Encuestador:** Tibanlombo Marcia.

**Objetivo**

Recabar información para realizar la investigación sobre el desarrollo turístico en la parroquia Simiatug, como un requisito previo la obtención del título.

**Confidencialidad**

Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidencial y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

**Instrucciones:** Por favor responda y marque con una X la respuesta que usted considere adecuada. La seriedad de la información que usted proporcione permitirá una investigación efectiva.

**Información General.**

**1. Edad**

20-30	<input type="checkbox"/>
30-40	<input type="checkbox"/>
40-50	<input type="checkbox"/>
50-60	<input type="checkbox"/>
61 y mas	<input type="checkbox"/>

**2. Genero.**

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

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

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Tercer nivel	<input type="checkbox"/>
Postgrado	<input type="checkbox"/>

### Información Específica

4. **¿Con que frecuencia esta entidad Parroquial gestiona los planes y proyectos turísticos?**

Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente

5. **¿La parroquia de Simiatug cuenta con inventario y catastro turístico actualizado?**

Si	No

6. **¿Cuáles son lugares de interés de visitas más importantes de la parroquia Simiatug?**

Montañas	
Lagunas	
Cascadas	
Bosques	
Fiestas	
Ferías	
Artesanías	
Gastronomía	

7. **¿Qué grado de importancia tiene la facilidad turística para el desarrollo de la parroquia?**

Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante

8. **¿Qué tipo de facilidades turísticas existen para el desarrollo de la Parroquia?**

Vías de acceso	
Infraestructura (alojamiento, alimentación )	
Transporte	
Centros de información turística	

9. **¿En la Parroquia Simiatug qué actividades turísticas puede realizar un visitante?**

Aventura	
Cultural	
Agroturismo	
Gastronómico	

**10. ¿Cuál es la fortaleza que tiene esta entidad en la Parroquia Simiatug?**

Talento humano (capacitado en turismo )	
Apoyo de recursos económicos	
Equipamiento (GPS, Computadoras )	
Plan de Ordenamiento territorial PDOT	

**11. ¿Usted considera que al existir el desarrollo turístico en la Parroquia incrementaría empleo para la población?**

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

**12. ¿cree usted importante que el turismo pueda mejorar el nivel de vida de la población generando recursos económicos?**

Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante

Sugerencias:

.....

.....

.....

*Muchas gracias por su colaboración*