

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Proyecto de investigación previo para la obtención del título de Ingeniera en Gestión
Turística y Hotelera

TÍTULO

**PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

AUTORA:

Katherine Carolina Agualongo López

TUTOR:

Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca

RIOBAMBA – ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Riobamba, 22 de noviembre de 2019

Yo, Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca, certifico que el presente proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, con el tema “PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, ha sido elaborado por la señorita: Katherine Carolina Agualongo López, el mismo que ha sido dirigido y revisado por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente



Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación titulado “PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, presentado por: Katherine Carolina Agualongo López y dirigido por: 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 la 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:

Mgs. Diego Mauricio Calvopiña Andrade, PhD.

Presidente del Tribunal

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

Miembro 1 del Tribunal

Mgs. Henry Mauricio Villa Yánez

Miembro 2 del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de la presente investigación de las ideas y resultados obtenidos corresponde únicamente a:

Katherine Carolina Agualongo López (Autor) con C.I 180536306-4; Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca (Tutor). Y el patrimonio intelectual a la mLÑisma Universidad Nacional de Chimborazo.



Katherine Carolina Agualongo López

C.I 180536306-4

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo el amor del mundo a mi hermanito Jonathan Ricardo, que desde el cielo ha guiado cada uno de mis pasos y ha sido siempre mi fuente de inspiración.

A mis queridos padres; Ricardo y Carmen, que han sido el pilar fundamental de mi vida, quienes me han enseñado que aún en los momentos más difíciles no hay que perder la fe, porque con amor me han brindado su apoyo incondicional en cada uno de mis sueños y han sido digno ejemplo de amor, respeto y fortaleza.

A mi hermanita María Fernanda, por el apoyo y el cariño que me ha brindado en cada meta que he trazado en mi vida.

Katherine Carolina Agualongo López

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por el maravilloso milagro de la vida, por ser mi guía y fortaleza a lo largo de este camino.

A mi familia por el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida, por darme siempre su confianza y amor sincero, que me ha motivado a ser una mejor persona.

A los docentes que forman parte de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera, por haber contribuido a mi formación profesional con sus conocimientos y experiencias de vida.

Mi agradecimiento sincero a mi tutor el Mgs. Daniel Guerrero, por la paciencia, compromiso y ayuda incondicional en el desarrollo de esta investigación.

De igual forma al GAD Municipal de Pelileo por el apoyo brindado en la elaboración de este trabajo.

Katherine Carolina Agualongo López

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Situación Problemática	3
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3. Justificación	4
1.3.1. Justificación teórica	4
1.3.2. Justificación práctica.....	4
1.3.3. Justificación metodológica.....	5
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo general.....	5

1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. Hipótesis	5
1.5.1. Hipótesis general.....	5
1.5.2. Hipótesis específicas	6
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación	8
2.2.1. Epistemología de producto turístico	8
2.2.2. Epistemología de oferta turística	9
2.3. Estado del Arte.....	10
2.3.1. Variable Independiente: Productos Turísticos	10
2.3.2. Variable Dependiente: Oferta	10
2.4. Bases Teóricas	11
2.4.1. Bases teóricas de la variable independiente.....	11
2.4.2. Bases teóricas de la variable dependiente	13
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.1.1. Tipo de investigación.....	17
3.1.2. Diseño de la investigación	17
3.2. Población de estudio	18
3.3. Unidad de análisis.....	18
3.4. Tamaño de muestra	18
3.5. Selección de la muestra.....	19
3.6. Variables Independiente – Dependiente	19
3.6.1. Matriz de operacionalización de variables.....	20
3.6.2. Matriz de consistencia.....	21
3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	22

3.7.1. Técnicas	22
3.7.2. Instrumentos.....	22
3.8. Validez de los instrumentos.....	22
3.8.1. Selección de los expertos	22
3.9. Confiabilidad de los instrumentos	23
3.9.1. Confiabilidad de instrumentos, variable independiente: Productos turísticos	23
3.9.2. Confiabilidad de instrumentos, variable dependiente: Oferta turística.....	23
3.10. Análisis e interpretación de la información	24
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	25
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	25
4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente	25
4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente	28
4.2. Pruebas de hipótesis.....	31
4.2.1. Hipótesis general.....	31
4.2.2. Hipótesis específica 1	32
4.2.3. Hipótesis específica 2	33
4.3. Presentación de resultados	34
5. CONCLUSIONES	35
6. RECOMENDACIONES.....	36
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37
8. ANEXOS	xvii
Anexo 1.- Propuesta.....	xvii
1. Título de la propuesta.....	xvii
2. Introducción	xvii
3. Objetivos	xvii
4. Diagnóstico de la actividad turística del cantón Pelileo	xviii
5. Metodología para el diseño de un producto turístico.....	xxviii

6. Diseño de producto un turístico para el cantón Pelileo.....	xxx
Anexo 2.- Árbol de problemas.....	xlvi
Anexo 3.- Encuesta de la variable independiente: Productos turísticos	xliv
Anexo 4.- Encuesta de la variable dependiente: Oferta.....	li
Anexo 5. Validación de instrumentos, variable independiente: Productos turísticos.....	liv
Anexo 6.- Validación de instrumentos, variable dependiente: Oferta	lvii
Anexo 7.- Oficio dirigido al GAD Municipal de Pelileo.....	lxii
Anexo 8.- Oficio de aceptación del GAD Municipal de Pelileo.....	lxiii
Anexo 9.- Cronograma del trabajo investigativo	lxiv
Anexo 10.- Resultados de la variable independiente: Productos turísticos	lxv
Anexo 11.- Resultados de la variable dependiente: Oferta.....	lxxxii

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Prestadores de servicios turísticos	19
Cuadro 2. Operacionalización de variable.....	20
Cuadro 3. Matriz de consistencia	21
Cuadro 4. Validación de los instrumentos por expertos	22
Cuadro 5. Estadísticas de fiabilidad de la variable productos turísticos	23
Cuadro 6. Estadísticas de fiabilidad de la variable oferta.....	23
Cuadro 7. Análisis de los resultados Variable Independiente: “Producto Turísticos”	25
Cuadro 8. Análisis de los resultados de la Variable Dependiente: “Oferta”	28
Cuadro 9. Comprobación de hipótesis general	31
Cuadro 10. Comprobación de hipótesis específica 1.....	32
Cuadro 11. Comprobación de hipótesis específica 2.....	33
Cuadro 12. Atractivos Turísticos del Cantón Pelileo	xxi
Cuadro 13. Prestadores de servicios turísticos	xxii
Cuadro 14. Infraestructura turística	xxv
Cuadro 15. Perfil del turista.....	xxvi
Cuadro 16. Matriz FODA.....	xxviii
Cuadro 17. Jerarquía de los atractivos turísticos	xxix
Cuadro 18. Información del atractivo turístico - Feria del jeans	xxxi
Cuadro 19. Resultados de la evaluación técnica – Feria del jeans	xxxii
Cuadro 20. Información del atractivo turístico – Laguna La Moya	xxxiii
Cuadro 21. Resultados de la evaluación técnica – Laguna La Moya.....	xxxiv
Cuadro 22. Información del atractivo turístico – Mercado Artesanal Salasaca	xxxv
Cuadro 23. Resultados de la evaluación técnica – Mercado Artesanal Salasaca	xxxvi
Cuadro 24. Itinerario de actividades.....	xlii

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Elementos de un producto turístico	8
Ilustración 2. Ubicación geográfica.....	xviii
Ilustración 3. Metodología para el diseño de un producto turístico	xxix
Ilustración 4. Geo-referenciación – Feria del jeans, Barrio el Tambo	xxxvii
Ilustración 5. Geo-referenciación - Laguna La Moya	xxxvii
Ilustración 6. Geo-referenciación – Mercado Artesanal Salasaca.....	xxxviii
Ilustración 7. Logo del producto	xli
Ilustración 8. Afiche – Producto turístico	xlvi
Ilustración 9. Tríptico – Producto turístico	xlvi

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género de los turistas.....	lxv
Tabla 2. Edad de los turistas	lxvi
Tabla 3. Nivel de instrucción de los turistas	lxvii
Tabla 4. Lugar de procedencia de los turistas	lxviii
Tabla 5. Ingresos mensuales de los turistas	lxix
Tabla 6. Con quien viajan los turistas generalmente	lxx
Tabla 7. Frecuencia de visita.....	lxxi
Tabla 8. Medios de comunicación	lxxii
Tabla 9. Conocimiento del atractivo turístico.....	lxxiii
Tabla 10. Grado de satisfacción de los turistas con respecto a los atractivos turísticos	lxxiv
Tabla 11. Nivel de conocimiento de las actividades turísticas	lxxv
Tabla 12. Atractivo turístico visitado con mayor frecuencia	lxxvi
Tabla 13. Servicio de alojamiento.....	lxxvii
Tabla 14. Servicio de alimentación.....	lxxviii
Tabla 15. Servicio de transporte	lxxix
Tabla 16. Servicio de guianza	lxxx
Tabla 17. Grado de importancia.....	lxxxii
Tabla 18. Género de los prestadores de servicios	lxxxiii
Tabla 19. Edad de los prestadores de servicios	lxxxiv
Tabla 20. Nivel de instrucción de los prestadores de servicios	lxxxv
Tabla 21. Importancia de la oferta	lxxxvi
Tabla 22. Oferta de productos turísticos	lxxxvii
Tabla 23. Servicio de alojamiento.....	lxxxviii
Tabla 24. Servicio de alimentación.....	lxxxix
Tabla 25. Servicio de transporte	lxxxix
Tabla 26. Servicio de guianza	xc
Tabla 27. Facilidades turísticas.....	xcii
Tabla 28. Servicios básicos	xciii
Tabla 29. Vías de acceso.....	xciii

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	lxv
Gráfico 2. Edad de los turistas	lxvi
Gráfico 3. Nivel de instrucción	lxvii
Gráfico 4. Nivel de instrucción	lxviii
Gráfico 5. Ingresos mensuales de los turistas	lxix
Gráfico 6. Con quien viajan los turistas generalmente	lxx
Gráfico 7. Frecuencia de visita	lxxi
Gráfico 8. Medios de comunicación	lxxii
Gráfico 9. Conocimiento de los atractivos turísticos	lxxiii
Gráfico 10. Grado de satisfacción de los turistas con respecto a los atractivos turísticos	lxxiv
Gráfico 11. Nivel de conocimiento de las actividades turísticas	lxxv
Gráfico 12. Atractivo turístico visitado con mayor frecuencia	lxxvi
Gráfico 13. Servicio de alojamiento	lxxvii
Gráfico 14. Servicio de alimentación.....	lxxviii
Gráfico 15. Servicio de transporte	lxxix
Gráfico 16. Servicio de guianza.....	lxxx
Gráfico 17. Grado de importancia.....	lxxxii
Gráfico 18. Género de los prestadores de servicios.....	lxxxiii
Gráfico 19. Edad de los prestadores de servicios.....	lxxxiv
Gráfico 20. Nivel de instrucción de los prestadores de servicios	lxxxv
Gráfico 21. Importancia de la oferta	lxxxvi
Gráfico 22. Oferta de productos turísticos	lxxxvii
Gráfico 23. Servicio de alojamiento	lxxxviii
Gráfico 24. Servicio de alimentación.....	lxxxix
Gráfico 25. Servicio de transporte	lxxxix
Gráfico 26. Servicio de guianza.....	xc
Gráfico 27. Facilidades turísticas.....	xcii
Gráfico 28. Servicios básicos.....	xciii
Gráfico 29. Vías de acceso.....	xciii

RESUMEN

La presente investigación tiene como fin determinar la relación de los productos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. La investigación es de carácter cualitativa y cuantitativa, un diseño de estudio no experimental transversal, en la cual se utilizó el instrumento de la encuesta para las dos variables de estudio, Productos Turísticos (VI) y Oferta (VD), como muestra se tomó a los turistas que ingresan al cantón Pelileo por parte de la Variable Independiente y a los prestadores de servicios turísticos por parte de la variable dependiente. Con los datos obtenidos en la aplicación de encuestas se procedió a la comprobación de hipótesis la general y específicas utilizando el programa SPSS aplicando el coeficiente de correlación de Rho Spearman, que permitió determinar la relación de los productos turísticos y sus componentes con la oferta del cantón Pelileo seguido de la presentación de las encuestas. Elementos que permitieron direccionar una propuesta que consiste en un producto turístico para el cantón Pelileo como respuesta al problema de la investigación. El producto consistió en el análisis de la situación actual de la actividad turística y sus factores, además se identificó la metodología para el diseño del mismo y se realizaron las fichas de evaluación técnica de los atractivos turísticos que forman parte del producto.

Esta propuesta busca mejorar, innovar y direccionar de forma adecuada la oferta del cantón de tal forma que responda a las necesidades de la demanda y cubra sus expectativas.

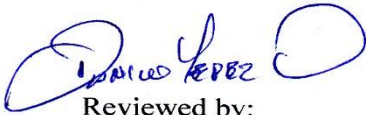
Palabras clave: Productos turísticos, oferta, demanda, servicios turísticos, atractivos turísticos, perfil del turista, necesidades y expectativas

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the relationship of tourism products with the offer of the Pelileo canton, province of Tungurahua. The research is qualitative and quantitative, a cross-sectional non-experimental study design, in which the survey instrument was used for the two study variables, Tourism Products (VI) and Offer (DV), as a sample was taken to tourists entering the Pelileo canton by the Independent Variable and to the tourism service providers by the dependent variable. With the data obtained in the application of surveys, the general and specific hypotheses were checked using the SPSS program applying the correlation coefficient of Rho Spearman, which allowed determining the relationship of tourism products and their components with the Pelileo canton offer followed by the presentation of the surveys. Elements that allowed to direct a proposal that consists of a tourist product for the Pelileo canton in response to the research problem. The product consisted of the analysis of the current situation of the tourist activity and its factors, in addition the methodology for the design of the same was identified and the technical evaluation sheets of the tourist attractions that are part of the product were made.

This proposal seeks to improve, innovate and adequately address the canton's offer in such a way that it responds to the needs of the demand and meets its expectations.

Keywords: Tourism products, supply, demand, tourist services, tourist attractions, tourist profile, needs and expectations.



Reviewed by:
Danilo Yépez Oviedo
English professor UNACH.



INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad se ha convertido en una de las actividades más importantes para el desarrollo económico y social de un destino. Ecuador gracias a su privilegiada posición geográfica tiene una gran variedad de recursos naturales y culturales convirtiéndolo en uno de los países con mayor diversidad del mundo, lo que constituye un gran potencial para la creación y oferta de nuevos productos turísticos.

La provincia de Tungurahua cuenta con diversos atractivos turísticos naturales y culturales que se puede apreciar en cada uno de los cantones que la conforman, uno de los sitios turísticos más reconocidos es la ciudad de Baños de Agua Santa siendo su línea de productos destacada el turismo de deportes y aventura, que se encuentra en el portafolio de productos turísticos del PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hasta el 2020).

El cantón Pelileo se encuentra ubicado en la parte central de la provincia de Tungurahua, se caracteriza por poseer importantes atractivos turísticos naturales y culturales. Este cantón posee una de las culturas étnicas más conservadas de nuestro país “Los Salasacas” que es de gran interés cultural para el turista por sus artesanías, costumbres y tradiciones que le permiten vivir una experiencia enriquecedora. Pelileo la “ciudad azul” llamada así porque cuenta con la industria del jean más importante del país, siendo la principal actividad económica de la población que genera una importante demanda de turistas. Sin embargo, la oferta turística del cantón presenta un diseño inadecuado que ha limitado la creación de nuevos productos turísticos.

Motivo por el cual este trabajo de investigación busca analizar la oferta turística del cantón Pelileo y sus componentes, a su vez aportar con el diseño de un producto turístico que contribuya al desarrollo del turismo del cantón. Enfocándose en el perfil del turista que visita el cantón, de tal manera que ayude a transformar a la ciudad en un destino alternativo que complemente el mercado turístico actual y se proyecte a construirse en un destino turístico de la zona centro del país. El proyecto se estructuró de la siguiente forma:

El Capítulo I, se refiere al planteamiento y formulación del problema a investigar en cuanto a los productos turísticos y oferta del cantón Pelileo, además consta la justificación de la investigación y se plantea objetivo general y específicos al igual que las hipótesis.

El Capítulo II, presenta el marco teórico que aborda los antecedentes, el marco filosófico y epistemológico, el estado del arte y las bases teóricas correspondientes a la temática analizada y que consiste en la investigación bibliográfica basada en libros, documentos y revistas científicas.

El Capítulo III, se detalla la metodología de la investigación utilizada los tipos y diseños de la investigación, unidad de análisis, la población de estudio, las matrices de operacionalización de variables y la de consistencia, técnicas e instrumentos, se realizó la validación de los expertos y confiabilidad de los instrumentos mediante a través del Alfa de Cronbach en el programa estadístico SPSS.

En capítulo IV, se refiere al análisis e interpretación de los datos obtenidos de los instrumentos y técnicas utilizadas para la recopilación de información, la prueba de hipótesis calculando el coeficiente de correlación de Rho Spearman y considerando el nivel de significancia de 0,05, posterior se realizó el análisis los datos obtenidos y finalmente las conclusiones y recomendaciones que son los resultados que arroja el estudio realizado que dan a un paso a la propuesta.

Anexos, aquí se evidencia la propuesta que responde a las conclusiones y recomendaciones de la investigación, en la cual se propone un “Producto Turístico para el cantón Pelileo”.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

Dentro del mercado turístico actual la oferta de productos turísticos juega un papel fundamental en la oferta turística, motivo por el cual en el PLANDETUR 2020 se detallan las principales líneas de productos que se ofertan en el país. Sin embargo, se puede apreciar que junto a un pequeño grupo de productos Estrella y A, aparecen productos de un valor potencial bajo, que únicamente tienen sentido como oferta complementaria o para turismo interno. (MINTUR, 2007).

La provincia de Tungurahua, se ha caracterizado por dos productos turísticos importantes la Fiesta de la Flores y las Frutas en la ciudad de Ambato y el turismo de deportes y aventura de la ciudad de Baños. Sin embargo, la oferta de productos turísticos en el resto cantones se ve limitada a pesar de los esfuerzos de importantes actores que promueven el turismo de la provincia, como lo es el Comité de Turismo de Tungurahua integrado por los nueve GADs Municipales.

El cantón Pelileo está localizado geográficamente en la parte centro de la provincia de Tungurahua. El cantón Pelileo ha sido considerado como la capital nacional del jeans y la ebanistería debido a que cuenta con la actividad de producción de jeans más reconocida del país y una importante producción de muebles. Sin embargo, en el cantón se ha evidenciado como problema principal una limitada oferta turística, la cual al no estar debidamente direccionada a ha limitado la generación de productos turísticos. Dentro de las principales causas está la gestión inadecuada del GAD Municipal, también el desconocimiento del potencial turístico del cantón por parte de la población que ha dado lugar al enorme desaprovechamiento turístico, cultural, natural y social. Otro de los factores es la limitada información turística actualizada, además del desinterés y deficiente conocimiento de los prestadores de servicios con respecto a la oferta turística que ha generado dificultades en la creación de nuevos productos turísticos, ya que se desconoce el perfil del turista potencial. Generando efectos negativos como: el aislamiento turístico y la estancia corta de los turistas en el cantón.

Motivo por el cual, se ha detectado la necesidad de realizar este trabajo investigativo. Con la finalidad de mejorar la oferta turística, a través de la identificación de los elementos que

permiten el diseño de nuevos productos turísticos. Y de esta forma responder a la formulación del problema.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo se relacionan los productos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se relacionan los atractivos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo se relaciona el cliente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

La presente investigación se realiza con el objetivo de fortalecer el conocimiento sobre los productos turísticos y su relación con la oferta. Es así que el presente documento sirve como una herramienta bibliográfica que aporta información importante sobre el tema de estudio y se espera que contribuya como un estudio preliminar para futuras investigaciones.

Los resultados obtenidos de la investigación se podrán sistematizar en una propuesta que permita mejorar la oferta turística a través de participación activa de los actores interesados en la generación de nuevos productos, de este modo tener un mayor desarrollo turístico.

1.3.2. Justificación práctica

El Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, denominado Plan Toda Una Vida en el objetivo N° 2 menciona: “Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las entidades diversas” (SENPLADES, 2017). Es por ello que surgió la necesidad de mejorar la oferta turística del cantón Pelileo, a través del diseño de un producto turístico, en el cual se dé a conocer los atractivos, servicios y actividades turísticas existentes en el cantón y que este estructurado acorde a las necesidades, gustos y preferencias del turista potencial. Se busca que este producto sirva de base para la creación de nuevos de productos turísticos, debido que

a pesar de contar con valiosos recursos turísticos no se los ha aprovechado de forma adecuada.

La creación de nuevos productos turísticos permitirá tener una mejor e innovadora oferta turística que responda a las necesidades del turista actual y a su vez permita un mayor desarrollo turístico del cantón.

1.3.3. Justificación metodológica

En la investigación se desarrolló una metodología de tipo documental, de campo, cuantitativo debido y un diseño no experimental, transversal, descriptivo, correlacional. Además se utilizó la encuesta como instrumento de investigación, para recabar la información necesaria de las variables propuestas y se realizó el estudio correlacional de las variables a través de un análisis estadístico utilizando los programas Excel y SPSS versión 24, el que permitió conocer datos importantes de la población de estudio y facilito las pautas necesarias para alcanzar los objetivos de la investigación.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación de los productos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación de los atractivos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Identificar la relación del cliente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Diseñar una propuesta conforme a los resultados obtenidos en la investigación.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Los productos turísticos se relacionan significativamente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

1.5.2. Hipótesis específicas

- **H1:** Los atractivos turísticos se relacionan significativamente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- **H2:** El cliente se relaciona significativamente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En las investigaciones realizadas, se ha podido evidenciar una limitada información con respecto al tema de productos turísticos y oferta en el cantón Pelileo, por consiguiente, se han tomado trabajos relacionados con el ámbito turístico como referencia para esta investigación.

La Unidad de Turismo del cantón Pelileo dirigida por el Ingeniero Enrique Mayorga cuenta con un inventario de atractivos turísticos en el cual se detalla los principales atractivos sus características y su respectiva jerarquización. Sin embargo, es importante mencionar que este inventario fue elaborado en años anteriores por la Dirección Provincial de Tungurahua y no ha sido debidamente actualizado, siendo un aspecto negativo para el desarrollo de la oferta turística entorno a la elaboración de nuevos productos turísticos.

La autora Medina, (2014) plantea la investigación “La práctica de medicina ancestral y el desarrollo del turismo del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua” menciona que la poca diversificación en la oferta turística del cantón Pelileo, no permite captar una mayor afluencia de turistas, razón por la que estos hacen que el cantón solo sea un lugar de paso hacia la amazonia o una parada para realizar compras y concluye que el aprovechamiento de los recursos turísticos de un lugar, ya sean naturales o culturales permite que exista una mayor oferta para los visitantes, quienes podrán realizar diferentes actividades en el mismo.

La autora Guato, (2017) plantea la investigación “Las Pampas de Salasaka como aporte a la generación de productos turísticos del cantón Tisaleo” menciona que se debe gestionar con las autoridades competentes la diversificación de innovadores productos turísticos que capten la atención de los turistas y que añadan valor al lugar donde se encuentren para atraer mayor demanda y pueda posicionarse en un destino altamente solicitado.

La autora Sevilla, (2016) en su investigación “Diseño de un producto turístico para la parroquia Licto, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” menciona que un producto turístico es diseñado en base del sistema turístico el cual está constituido por un conjunto de elementos dependientes el uno del otro para su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, sea como turistas o como anfitriones turísticos. El turismo está estructurado en cuatro componentes importantes a saber: los atractivos y las actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la

superestructura. Estos son elementos que configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los turistas.

Por su parte el autor Moncayo, (2018) en su investigación “Diseño de productos turísticos para la diversificación de la oferta en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” menciona que el desarrollo de Productos Turísticos debe ser estructurado, desde una estrategia, desde un plan en el que participen todos los actores que se vinculan al producto planificado, se responda a los objetivos que tiene la iniciativa y se aborden los mecanismos de apertura comercial y de relación con el cliente o turista potencial.

2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación

2.2.1. Epistemología de producto turístico

Según el autor Acerenza, (1990) dice que el producto turístico: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

Según el autor Gurría, (1991) el producto, o sea, el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se puede resumir de la siguiente manera:

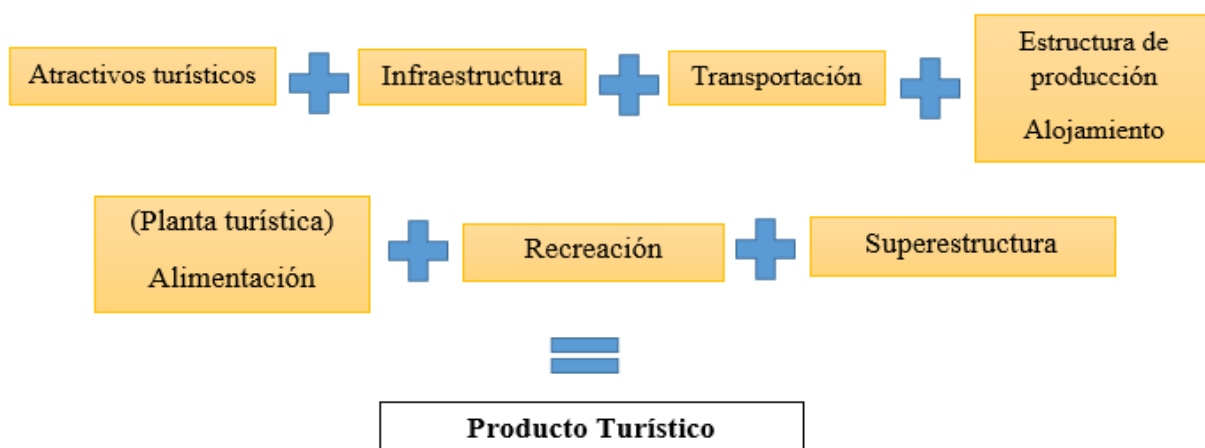


Ilustración 1. Elementos de un producto turístico

Fuente: (Gurría, 1991)

Elaborado por: Agualongo, E. 2019

2.2.2. Epistemología de oferta turística

Según el autor Hellena, (2018) desde el punto de vista etimológico se puede determinar que oferta viene del latín *offerta* y *fero* que quieren decir las cosas que se llevan frente a uno se ofrecen; y del prefijo “ob” que tiene como significado movimiento o puesta al frente. (Albán , 2019)

El autor Sancho, (1998) menciona que: “la oferta puesta a disposición de la demanda en un destino turístico constituye algo más que suma de los productos turísticos que contiene, sino que representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable en la definición de usuario turístico”.

El autor Sanhueza, (2011) manifiesta que: “la oferta turística es el conjunto de bienes tangibles, con bienes intangibles y servicios turísticos. Donde cada uno de estos elementos que son parte de la oferta interactúa entre sí, conformándola, dándole forma y donde es finalmente ofrecido al público”.

La oferta está conformada por:

- **Atractivo Turístico:** puede ser un atractivo natural, bienes culturales, etnografía, entre otros.
- **Estructura (planta) Turística:** tiene que ver con todo lo que es alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios como: agencias de viajes, cambio de moneda, información turística, comercio turístico, transporte especializado, etc.
- **Infraestructura General y Especializada:** se toma en consideración el acceso al lugar (sea marítimo, terrestre, aéreo, etc.), las comunicaciones, acueductos, alcantarillados y manejo de desechos, la energía, entre otros.

Cada uno de estos elementos por la que se conforma la oferta turística son necesarios, ya que, si alguno de estos fallara o no cumpliera del todo las expectativas de los consumidores, se tiene por seguro que no será del agrado de estos últimos, ya que se sentirán engañados y pasados a llevar en el sentido que pagaron cierta cantidad de dinero

por algo que no valía lo que en verdad pedían por la mala entrega de los servicios.
(Sanhueza, 2011)

2.3. Estado del Arte

2.3.1. Variable Independiente: Productos Turísticos

“Diseño de productos turísticos y sus facilidades” Nasimba & Cejas, (2015). Esta investigación tiene como objetivo fundamental el análisis del diseño de productos turísticos comprendidos como un medio eficaz de crear oportunidades para el desarrollo de Pymes y la participación de la comunidad local en la actividad turística. En este orden de ideas, se pretende establecer como enfoque óptimo para el desarrollo de productos turísticos la obtención y “combinación” de productos que cumplan los requisitos relativos a resultados tales como la contribución económica, la conservación del ambiente y el mantenimiento de la cohesión social.

“La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas” Guzmán & Sánchez, (2008). En esta investigación se menciona que los cambios que se están produciendo en la actividad turística en los últimos años están llevando a la creación de nuevos productos turísticos, destacando los relacionados con las raíces locales y regionales. En este trabajo presentamos un análisis sobre la creación y desarrollo de rutas enológicas como producto turístico en determinadas áreas rurales. Y este análisis lo planteamos desde una triple perspectiva: primera, un estudio en profundidad acerca de qué son las rutas turísticas enológicas y su creación y desarrollo en otros países; segundo, un análisis de cómo se certifican en España las rutas del vino; y tercera, una referencia a una ruta del vino certificada en España, la de Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba.

2.3.2. Variable Dependiente: Oferta

“La calidad de las ofertas turísticas en el Departamento de la Guajira - Colombia” Mejía & Bolaño, (2014). En esta investigación menciona las características de la oferta turística son las siguientes:

- a) 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 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.

“La diversificación de la oferta turística como alternativa para minimizar la estacionalidad: el caso de los eventos en Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil” Calcada, Calcada, (2017). Cuyo tema de estudio de esta investigación es analizar cómo la ciudad de Balneário Camboriú está desarrollando el segmento de eventos como una alternativa para ayudar a minimizar la estacionalidad turística. Y en la cual concluye que la celebración de los eventos promueve permanecer un mayor número de días en la ciudad lo que repercute en el incremento de gasto y consumo de diversos elementos relacionados con el turismo: como son el alojamiento, la restauración, el gasto comercial, los servicios en general y la posibilidad de conocer y disfrutar de los atractivos turísticos de la ciudad. Además, la amplia oferta turística y la infraestructura complementaria ofrecida por Balneário Camboriú (alojamiento, servicios de comida, compras, ocio y entretenimiento) asociado con la configuración de una ciudad donde los servicios están relativamente cerca y concentrados, da a la ciudad junto con su centralidad geográfica en la región, una posición estratégica para estructurarse como centro de distribución de acceso a destinos turísticos con atractivos culturales, folclóricos, de naturaleza, patrimoniales, históricos y de negocios, entre otros.

2.4. Bases Teóricas

2.4.1. Bases teóricas de la variable independiente

2.4.1.1. Producto turístico

Conjunto de múltiples prestaciones tangibles e intangibles que se ofrecen a los turistas dentro de un determinado territorio, con el objetivo de satisfacer una experiencia turística de acuerdo a sus necesidades. (MINTUR, 2017)

2.4.1.2. Atractivo Turístico

Un atractivo turístico es todo lugar que constituya un destino turístico y debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante, se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos

atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante. Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales. (Gurría, 1991)

- **Los atractivos turísticos naturales:** son aquellos creados por la naturaleza. Es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana. (Gurría, 1991)
- **Los atractivos turísticos culturales:** son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales. (Gurría, 1991)

2.4.1.3. Turista

Visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros:

- Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes).
- Negocios, familia, misiones o reuniones. (Gurría, 1991)

2.4.1.4. Cliente

El cliente es la razón de existir de cualquier negocio (Albrecht & Bradford, 1990) y por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas. (Universidad de Guadalajara, 2018)

2.4.1.5. Perfil del cliente

El perfil del consumidor se define como el conjunto de características demográficas y sociales que distinguen la preferencia de una marca, los clientes de un establecimiento y los usuarios de un servicio (Rabit, 1994). Este perfil se obtiene mediante la investigación del cliente describiendo las características sobre un producto o de los usuarios sobre un servicio determinado, el cual sirve para definir al público objetivo. (Universidad de Guadalajara, 2018)

2.4.1.6. Deseos del cliente

Es la motivación de un consumidor para comprar un determinado producto o servicio. Normalmente es el paso siguiente a la percepción de una necesidad. (Azuelo, 2012)

2.4.1.7. Necesidades

Objeto, servicio o recurso que es necesario para la supervivencia, bienestar o comodidad de una persona. (Azüero, 2012)

2.4.1.8. Satisfacción del cliente

La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio; se trata de un estado emocional que se produce en respuesta a la evaluación del mismo. (Dos Santos , 2015)

2.4.2. Bases teóricas de la variable dependiente

2.4.2.1. Oferta turística

Se debe tomar en cuenta que la oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios que se encuentran disponibles en el mercado para ser usados por los turistas. La oferta turística se compone de tres elementos primordiales:

- **Recursos turísticos:** Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, etc.
- **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. (Ministerio de Turismo, 2015)

2.4.2.2. Mercado

Según Bonta y Farber (1994), es donde confluye la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. (Universidad de Guadalajara, 2018)

2.4.2.3. Servicios turísticos

Los servicios turísticos se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades previamente coordinadas, con el fin de convertirse en prestaciones que satisfagan las necesidades de los turistas y permitan el disfrute de los atractivos turísticos y sus facilidades y a la vez darles un valor. (OEA, 1980)

Entre los principales servicios turísticos tenemos:

- **Servicio de Alojamiento**

El servicio de alojamiento para los viajeros existe desde hace mucho tiempo. Desde las posadas de la época bíblica, hasta los modernos y complejos establecimientos hoteleros. El alojamiento se ha transformado de muchas y variadas maneras a través del tiempo, sin embargo, el servicio fundamental es satisfacer las necesidades del viajero, el cual necesita dormir en determinado lugar. Independientemente de la historia que hayan tenido los servicios hoteleros, el alojamiento turístico se concibe a partir de los hoteles fundados por Ritz. (Gurría, 1991)

La función primordial del servicio turístico de hospedaje, es un complejo sistema de servicios que debe funcionar armónicamente:

- a) Recepción y atención al huésped desde su entrada al establecimiento
- b) Una habitación o conjunto de ellas que le permita privacidad, facilidad para descansar, dormir y asearse en el ámbito más adecuado a sus necesidades
- c) Facilidades de comunicación directa e indirecta
- d) Acceso al servicio de alimentos y bebidas y a las áreas de distracción
- e) Posibilidad de obtener asistencia médica en caso de emergencia
- f) Seguridad para el huésped y sus pertenencias (Gurría, 1991)

Por lo general, los establecimientos hoteleros dan servicio a todo tipo de viajeros, sin importar cuál sea el motivo de su desplazamiento. (Gurría, 1991)

- **Servicio de alimentos y bebidas**

El servicio de alimentación constituye un servicio turístico, puesto que está dirigido fundamentalmente al viajero que se aloja en el hotel o que circula por sus áreas con cualquier motivo. Sin embargo, en todos los poblados existen servicios de alimentación llamados restaurantes, que no se consideran como servicio turístico, aunque pueden proporcionar alimentación a los turistas. (Gurría, 1991)

- **Servicio de transporte**

Según Burkart y Medlik (1981) definen el transporte como “el medio de alcanzar el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino”. El transporte representa el medio de acceder al destino desde la región de origen, por lo tanto, representa el movimiento de viajeros que se produce desde el punto de origen hasta el punto de destino.

Sin embargo, también puede ser considerado en sí mismo como una atracción turística por derecho propio. (Sancho, 1998)

- **Servicio de Guianza**

Se refiere al servicio de guianza brindado por una persona calificada con licencia debidamente autorizada y expedida por la autoridad competente, que conducen y dirigen a uno o más turistas nacionales o extranjeros. Se dispone de tres tipos: local, nacional y nacional especializado; dentro de este último se distingue entre cultura y aventura. (Alvarado & Ortega, 2016)

2.4.2.3. Infraestructura

En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Dado el carácter de apoyo a la población de un país en su conjunto, también se denomina a las inversiones en infraestructura (teléfonos, carreteras, ferrocarriles, puentes, viviendas, escuelas, hospitales, represas, etc.), "capital social fijo". (Bouillon, 2006)

2.4.2.4. Facilidades turísticas

Toda infraestructura de complemento y apoyo que posibilita la visitación en el atractivo con el fin de reforzar la experiencia turística. (MINTUR, 2018)

2.4.2.5. Servicios básicos

Se detalla los siguientes:

- **Agua:** Concerniente a la dotación de agua, calidad y sistema de tratamiento de la misma; se seleccionará una alternativa según corresponda.
- **Energía Eléctrica:** Es una red interconectada que tiene el propósito de suministrar electricidad o sus equivalentes desde los proveedores hasta los consumidores. Seleccionar una alternativa según corresponda.
- **Saneamiento:** Corresponde al transporte de aguas residuales o servidas (alcantarillado sanitario) o aguas de lluvia (alcantarillado pluvial) desde el lugar en que se generan hasta

el sitio en que se vierten al cauce o se tratan. Sin embargo, podrán existir otras alternativas para el servicio. (MINTUR, 2018)

2.4.2.6. Vías de acceso

La accesibilidad es la cualidad de fácil acceso para que cualquier persona, incluso aquellas que tengan limitaciones en la movilidad, en la comunicación o el entendimiento, pueda llegar a un lugar, objeto o servicio. (MINTUR, 2017)

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Investigación Documental: Para el desarrollo de este trabajo se investigó en libros, artículos científicos, tesis, sitios web. Además, se solicitó información sobre las variables de estudio en la Unidad de Turismo del cantón Pelileo.

Investigación de Campo: esta investigación se la realizó in situ, lugar en que se aplicó la técnica de la encuesta a los prestadores de servicios turísticos y turistas que visitan el cantón Pelileo.

Método Cuantitativo: se realizó un análisis estadístico con los resultados de las encuestas aplicadas, primero se elaboró una base de datos en Excel para posteriormente pasarlo al programa estadístico SPSS para su respectivo análisis.

3.1.2. Diseño de la investigación

No experimental: “Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” Hernández Sampieri , (2014). Las variables de estudio de la investigación no fueron manipuladas.

Transversal: “El propósito de este estudio es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” Hernández Sampieri , (2014). La investigación transversal permitió la recolección de gran cantidad de información sobre los prestadores de servicios turísticos y turistas que visitan el cantón Pelileo y se lo ejecuto en una sola unidad de tiempo”.

Descriptiva: “Este estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” Hernández Sampieri , (2014). Este tipo de investigación se utilizó para describir las fases de la investigación y las principales características de la localidad en estudio, además permitió el análisis de las variables que dio paso a una propuesta para mejorar la oferta turística del cantón Pelileo.

Correlacional: “La finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico” Hernández Sampieri , (2014). Mediante el estudio correlacional se identificó la relación que existe entre la variable independiente (productos turísticos) y dependiente (oferta).

3.2. Población de estudio

Población 1: Está constituida por los turistas como población finita, el dato se tomó de la página Geovit de movimientos internos, en donde consta que 500,906 turistas ingresaron al cantón Pelileo en el año 2017 – 2018.

Población 2: como segunda población se consideró a los propietarios de los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo que se encuentran dentro del catastro turístico facilitado por el Técnico de la Unidad de Turismo del cantón. Constando 31 establecimientos.

3.3. Unidad de análisis

Fase 1: Para el diagnóstico de productos turísticos, la unidad de análisis corresponde a los turistas que visitan el cantón Pelileo.

Fase 2: Para realizar el diagnóstico de la oferta, la unidad de análisis corresponde a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo.

3.4. Tamaño de muestra

Muestra 1: La primera muestra se consideró a los turistas que visitan el cantón Pelileo y realiza en base a la siguiente fórmula:

Fórmula

$$\frac{p \cdot q \cdot N}{\frac{(N - 1)E^2}{K^2} + p * q}$$

$$\frac{(0,30)(0,70)(500906)}{\frac{(500906 - 1)(0,05)^2}{1,64^2} + (0,30)(0,70)}$$

$$n = 226$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

E= Error máximo admisible

z= Nivel de confianza 90% (1.96)

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Muestra 2: Para calcular el tamaño de la segunda muestra se consideró a toda la población de los prestadores de servicios turísticos, se trabajará con 31 personas de los establecimientos que se encuentran dentro del catastro de servicios turísticos del cantón y no se trabajara con una fórmula debido a que la población es pequeña.

Cuadro 1. Prestadores de servicios turísticos

Nº	Actividad turísticas de los prestadores de servicios	Nº de Establecimientos/ personas
1	Establecimientos de alojamiento	4
2	Establecimientos de alimentos y bebidas	23
3	Agencia de viajes	2
4	Centros de recreación	2
	Total	31

Fuente: Catastro de prestadores de servicios turísticos del GAG Pelileo

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

3.5. Selección de la muestra

Muestra 1: La muestra de la primera variable con respecto a productos turísticos, es probabilística debido a que se tomó de forma aleatoria a 226 turistas que visitan el cantón Pelileo.

Muestra 2: La muestra de la segunda variable con respecto a la oferta, es probabilística donde se tomó a los 31 establecimientos de prestadores de servicios turísticos que constan en el catastro turístico.

3.6. Variables Independiente – Dependiente

3.6.1. Matriz de operacionalización de variables

Cuadro 2. Operacionalización de variable

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE	Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. (Acerenza, 1990)	- Atractivos Turísticos	- Atractivos Naturales y Manifestaciones Culturales	Técnica: -Encuesta
Producto Turístico		- Cliente	- Perfil del Cliente - Satisfacción - Necesidades	Instrumentos: - Cuestionario - Excel - SPSS versión 24
VARIABLE DEPENDIENTE	La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios que se encuentran disponibles en el mercado para ser usados por los turistas. (Ministerio de Turismo, 2015)	- Servicios turísticos	- Alojamiento - Alimentación - Transporte - Guianza	Técnica: -Encuesta
Oferta		- Infraestructura	- Facilidades turísticas - Servicios básicos - Conectividad y vías de acceso	Instrumentos: -Cuestionario - Excel - SPSS versión 24

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

3.6.2. Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES
¿Cómo se relacionan los productos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?	Determinar la relación de los productos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua	Los productos turísticos se relacionan significativamente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua	Producto Turístico Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. (Acerenza, 1990)	- Atractivos turísticos - Cliente
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES
1 ¿Cómo se relacionan los atractivos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?	1 Determinar la relación de los atractivos turísticos con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.	1 Los atractivos turísticos se relacionan significativamente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.	Oferta Turística La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios que se encuentran disponibles en el mercado para ser usados por los turistas. (Ministerio de Turismo, 2015)	- Servicios turísticos - Infraestructura
2 ¿Cómo se relaciona el cliente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?	2 Identificar la relación del cliente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.	2 El cliente se relaciona significativamente con la oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.		

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación.

3.7.1. Técnicas

La técnica utilizada en esta investigación es la encuesta, en la cual se formuló una serie de preguntas que permitan obtener información tanto de los turistas como de los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo.

3.7.2. Instrumentos

- Cuestionario de encuesta

Se realizó dos cuestionarios con un formato de escala de Likert, el uno para obtener información referente a los productos turísticos y la otra para la oferta.

3.8. Validez de los instrumentos.

Según Corral, (2009) se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico del contenido de lo que se quiere medir, se trata de determinar hasta dónde los ítems o reactivos de un instrumento son representativos del universo de contenido de la característica o rasgo que se quiere medir, responde a la pregunta cuán representativo es el comportamiento elegido como muestra del universo que intenta representar.

3.8.1. Selección de los expertos

Para la validación de los instrumentos de esta investigación se eligió a 4 expertos considerando su experiencia y amplia formación académica en el ámbito turístico, a continuación, se detallan los expertos seleccionados, a la institución que representan y el cargo que ejercen.

Cuadro 4. Validación de los instrumentos por expertos

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO	CARGO
1	PhD. Diego Calvopiña	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
2	Mgs. Paula Moreno	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
3	Mgs. Henry Villa	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
4	Mgs. Daniel Guerrero	Docente de la carrera de Gestión Turística y Hotelera

Fuente: Catastro turístico

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

3.9. Confiabilidad de los instrumentos

Seguido de la aprobación de los instrumentos por parte de los expertos se procede a la aplicación de las encuestas, para obtener información de las dos variables de la investigación. Los instrumentos se manejaron en base a la escala de Likert, la cual facilita el procesamiento de los datos y la tabulación y análisis de resultados utilizando los programas estadísticos. Para la evaluación de confiabilidad de los instrumentos se utilizó el programa estadístico SPSS y se procedió a aplicar el Alfa de Cronbach. Para la presente investigación los valores aceptables deben ser igual o mayor a 0,7.

3.9.1. Confiabilidad de instrumentos, variable independiente productos turísticos

Cuadro 5. Estadísticas de fiabilidad de la variable productos turísticos

Alfa de Cronbach	N de elementos
,708	9

Fuente: Encuestas aplicadas – julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con el resultado obtenido en la aplicación del Alfa de Cronbach se aprueba la confiabilidad del instrumento de la variable independiente: productos turísticos con un valor de ,708.

3.9.2. Confiabilidad de instrumentos, variable dependiente oferta turística

Cuadro 6. Estadísticas de fiabilidad de la variable oferta

Alfa de Cronbach	N de elementos
.711	7

Fuente: Encuestas aplicadas – julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con el resultado obtenido en la aplicación del Alfa de Cronbach se aprueba la confiabilidad del instrumento de la variable dependiente: oferta turística con un valor de ,711.

3.10. Análisis e interpretación de la información

Con la aplicación de Alfa de Cronbach se determinó la confiabilidad de los instrumentos de la investigación, los mismos que fueron realizados en base a la operacionalización de las variables que permitieron identificar los indicadores que forman parte de esta investigación.

La aprobación que se obtuvo con la aplicación del Alfa de Cronbach en la Variable Independiente: Productos turísticos fue un valor de ,708 y la variable dependiente: oferta turística fue con un valor de ,711, que ratifican la confiabilidad de los instrumentos de esta investigación.

En el procesamiento de los datos se realizó primero la creación de una base de datos con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas y posteriormente su validación utilizando el programa estadístico SPSS versión 24. Los resultados que se obtuvo se presentará de forma ordena en tablas y gráficos, teniendo en cuenta las variables, el número de encuestados y los porcentajes para finalmente para tener un claro análisis de los datos obtenidos.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

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

A continuación, se presenta la información obtenida de la aplicación de encuestas a los a los turistas que ingresaron al cantón Pelileo.

Cuadro 7. Análisis de los resultados Variable Independiente: “Producto Turísticos”

N°	Ítem	Resultado
1	Indique su género	<ul style="list-style-type: none">○ El 58,85% de turistas corresponden al género femenino.○ El 41,15% restante de turistas corresponde al género masculino.
2	Identifique su rango de edad	<ul style="list-style-type: none">○ El 39,38% tienen una edad promedio de 26–33 años.○ El 36,73% tienen una edad promedio de 34-41 años.○ El 10,18% tienen una edad promedio de 42-49.○ El 10,18% tienen una edad promedio de 18-25 años.○ El 3,53% tienen una edad promedio de más de 50 años.
3	Indique su nivel de instrucción	<ul style="list-style-type: none">○ El 38,50% tienen un nivel de instrucción del tercer nivel.○ El 34,07% tienen un nivel de instrucción secundaria.○ El 19,91% tienen un nivel de instrucción tecnológico.○ El 7,08% tienen un nivel de instrucción secundaria.○ El 0,44% restante tienen una instrucción de cuarto nivel.
4	Indique su lugar de procedencia	<ul style="list-style-type: none">○ El 88,05% de turistas proceden de la región Sierra.○ El 9,73% de turistas proceden de la región Costa.○ El 1,77% de turistas proceden del Oriente o Amazonía.○ El 0,44% de turistas son Internacionales.
5	Indique su rango de ingresos mensuales	<ul style="list-style-type: none">○ El 33,19% de los turistas tienen un rango de ingresos mensuales de \$395-\$595.○ El 32,30% de los turistas tienen un rango de ingresos mensuales de \$596-796.○ El 15,93% de los turistas tienen un rango de ingresos mensuales de \$796-\$996.○ El 15,04% de los turistas tienen un rango de ingresos mensuales de \$194-\$394.○ El 3,54% de los turistas tienen un rango de ingresos mensuales de \$997 o más.
6	Cuando viaja usted generalmente lo hace con:	<ul style="list-style-type: none">○ El 73,45% de los turistas viajan con su familia.○ El 13,72% de los turistas viajan con su pareja.○ El 7,96% de los turistas viaja con amigos.○ El 3,10% de los turistas viajan solos.○ El 1,77% de los turistas viajan con compañeros del ámbito laboral.

- 7 Señale la frecuencia con la que visita el cantón Pelileo.
- El 31,42% de los turistas lo visitan una vez a los seis meses.
 - El 23,45% de los turistas lo visitan una vez al mes.
 - El 19,47% de los turistas lo visitan una vez a los nueve meses.
 - El 13,72% de los turistas lo visitan una vez a los tres meses.
 - El 11,95% de los turistas lo visitan una vez al año.
- 8 Señale los medios de comunicación que utiliza generalmente para informarse de los servicios y productos turísticos del cantón Pelileo.
- El 76,55% de los turistas se informan a través de las redes sociales.
 - El 17,26% de los turistas se informan a través de páginas web.
 - El 2,21% de los turistas informan a través de la prensa.
 - El 2,21 % de los turistas se informan a través de la radio.
 - El 1,77% de los turistas restante se informan a través de la televisión.
- 9 Según su criterio determine el nivel de conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Pelileo.
- El 38,05% de los turistas conocen algo sobre los atractivos turísticos.
 - El 29,65% de los turistas que conocen bastante sobre los atractivos turísticos.
 - El 20,80% de los turistas conocen poco sobre los atractivos turísticos.
 - El 11,50% de los turistas conocen mucho sobre los atractivos turísticos.
- 10 Señale su grado de satisfacción con respecto a los atractivos turísticos naturales y culturales que se promocionan en el cantón Pelileo.
- El 43,36% de los turistas consideran que son bastante satisfactorios.
 - El 31,86% de los turistas consideran que son algo satisfactorios.
 - El 16,81% de los turistas consideran que son muy satisfactorios.
 - El 7,96% de los turistas consideran que son poco satisfactorios.
- 11 Según su criterio determine el nivel de conocimiento de las actividades turísticas que se ofertan en el cantón Pelileo.
- El 47,79% de los turistas manifiestan que tienen algo de conocimiento con respecto a las actividades turísticas.
 - El 34,96% de los turistas manifiestan que tienen bastante conocimiento con respecto a las actividades turísticas.
 - El 9,73% de los turistas manifiestan que tienen poco conocimiento con respecto a las actividades turísticas.
 - El 5,75% de los turistas manifiestan que tienen mucho conocimiento con respecto a las actividades turísticas.
 - El 1,77% de los turistas manifiestan que no tienen ningún conocimiento con respecto a las actividades turísticas.
- 12 Señale el atractivo turístico que usted visita con mayor frecuencia durante su estancia en el cantón Pelileo.
- El 37,17% de los turistas manifiestan que visitan con mayor frecuencia es la feria del jean.
 - El 25,22% de los turistas manifiestan que visitan con mayor frecuencia es la laguna La Moya.
 - El 19,03% de los turistas que visitan con mayor frecuencia la plaza artesanal de Salasaca.
 - El 15,04% de los turistas visitan con mayor frecuencia la feria del mueble.
 - El 3,54% de los turistas visitan con mayor frecuencia la Cruz de Cotaló.

- 13 Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de alojamiento que se oferta en el cantón Pelileo.
- El 45,58% de los turistas consideran que el servicio es algo satisfactorio.
 - El 34,07% que considera que el servicio es bastante satisfactorio. mientras El 11,06% considera que el servicio es poco satisfactorio.
 - El 7,96% considera que el servicio es muy satisfactorio.
 - El 1,33% restante considera que el servicio es nada satisfactorio.
- 14 Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de alimentación que se oferta en el cantón Pelileo.
- El 44,25% de los turistas consideran que el servicio es muy satisfactorio.
 - El 37,61% de los turistas consideran que el servicio es bastante satisfactorio.
 - El 15,04 de los turistas consideran que el servicio es algo satisfactorio.
 - El 3,10% de los turistas consideran que el servicio es poco satisfactorio.
- 15 Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de transporte que se oferta en el cantón Pelileo.
- El 38,94% de los turistas consideran que el servicio es algo satisfactorio.
 - El 28,32% de los turistas que consideran que el servicio es poco satisfactorio.
 - El 22,57% de los turistas consideran que el servicio es bastante satisfactorio.
 - El 6,19% de los turistas consideran que el servicio es muy satisfactorio.
 - El 3,98% de los turistas consideran que el servicio es nada satisfactorio.
- 16 Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de guianza que se oferta en el cantón Pelileo.
- El 46,90% consideran que el servicio es poco satisfactorio.
 - El 23,89% que consideran que el servicio es algo satisfactorio.
 - El 14,60% consideran que el servicio es nada satisfactorio.
 - El 13,72% considera que el servicio es bastante satisfactorio.
 - El 0,88% restante considera que el servicio es muy satisfactorio.
- 17 Señale el grado de importancia que tiene para usted que en el cantón Pelileo se oferten productos turísticos elaborados acorde a las necesidades de los turistas.
- El 56,64% considera que es extremadamente importante.
 - El 36,28% que lo considera muy importante.
 - El 6,19% considera que es moderadamente importante.
 - El 0,88% restante lo considera poco importante.

Fuente: Encuestas aplicadas – julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente: oferta

A continuación, se presenta la información obtenida de la aplicación de encuestas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo.

Cuadro 8. Análisis de los resultados de la Variable Dependiente: “Oferta”

N°	Ítems	Resultado
1	Identifique su género	<ul style="list-style-type: none"> ○ El 58,06% de los prestadores de servicios turísticos corresponden al género masculino. ○ El 41,94% de los prestadores de servicios turísticos corresponden al género femenino.
2	Identifique su rango de edad	<ul style="list-style-type: none"> ○ El 41,94% de los prestadores de servicios turísticos tienen una edad promedio de 34-41 años. ○ El 38,71% de los prestadores de servicios turísticos tienen una edad promedio de 42-49 años. ○ El 9,68% de los prestadores de servicios turísticos tienen una edad promedio de 26- 63 años. ○ El 6,45% de los prestadores de servicios turísticos tienen una edad promedio de más de 50 años. ○ el 3,23% de los prestadores de servicios turísticos tienen una edad promedio de 18 – 23 años.
3	Indique su nivel de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> ○ El 51,61% de los prestadores de servicios turísticos tienen un nivel de instrucción del tercer nivel. ○ El 29,03% de los prestadores de servicios turísticos tienen un nivel de instrucción secundaria. ○ El 16,13% de los prestadores de servicios turísticos tienen una instrucción técnica. ○ El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos tienen una instrucción de cuarto nivel.
4	Según su criterio determine el grado de importancia que tiene la oferta turística en el desarrollo del turismo del cantón Pelileo.	<ul style="list-style-type: none"> ○ El 70,97% de los prestadores de servicios turísticos considera que la oferta es muy importante en el desarrollo del turismo. ○ El 29,03% de los prestadores de servicios turísticos considera que la oferta es bastante importante en el desarrollo del turismo del cantón Pelileo.
5	Según su criterio determine el grado de importancia que tiene el ofertar nuevos productos turísticos en el cantón Pelileo	<ul style="list-style-type: none"> ○ El 70,97% de los prestadores de servicios turísticos considera que es de mucha importancia ofertar nuevos productos turísticos en el cantón Pelileo. ○ El 29,03% de los prestadores de servicios turísticos consideran bastante importante ofertar nuevos productos turísticos en el cantón Pelileo.
6	El servicio de Alojamiento en el cantón Pelileo es:	<ul style="list-style-type: none"> ○ El 54,84% de los prestadores de servicios turísticos considera que el servicio es bueno. ○ El 22,58 de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es muy bueno. ○ El 16,13% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el

- servicio es regular.
- El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es excelente.
 - El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es deficiente.
- 7 El servicio de Alimentación en el cantón Pelileo es:
- El 35,48% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es bueno.
 - El 29,03% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es muy bueno.
 - El 29,03% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es excelente.
 - El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es regular.
 - El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es deficiente.
- 8 El servicio de Transporte en el cantón Pelileo es:
- El 45,16% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es bueno.
 - El 35,48% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es regular.
 - El 9,68% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es muy bueno.
 - El 6,45% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es excelente.
 - El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es deficiente.
- 9 El servicio de Guianza en el cantón Pelileo es:
- El 41,94% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es regular.
 - El 41,94% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es deficiente.
 - El 9,68% El 41,94% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es muy bueno.
 - El 6,45% El 41,94% de los prestadores de servicios turísticos consideran que el servicio es bueno.
- 10 Las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón para ofertar turismo son:
- El 51,61% de los prestadores de servicios turísticos las consideran como buenas.
 - El 22,58% de los prestadores de servicios turísticos las consideran como regulares.
 - El 19,35 de los prestadores de servicios turísticos las consideran como muy buenas.
 - El 6,45% de los prestadores de servicios turísticos las consideran como deficientes.
- 11 Los servicios básicos que posee el cantón Pelileo son:
- El 35,48% de los prestadores de servicios turísticos consideran que los servicios básicos son regulares.
 - El 32,26% de los prestadores de servicios turísticos consideran que los servicios básicos son muy buenos.
 - El 25,81% de los prestadores de servicios turísticos consideran que los servicios básicos son buenos.

- El 6,45% de los prestadores de servicios turísticos consideran que los servicios básicos son excelentes.

 - 12 Las vía de acceso con las que cuenta el cantón Pelileo para acceder a los sitios turísticos son:
 - El 38,71% de los prestadores de servicios turísticos consideran a las vías de acceso como muy buenas,
 - El 25,81% de los prestadores de servicios turísticos consideran a las vías de acceso como excelentes.
 - El 16,13% de los prestadores de servicios turísticos consideran a las vías de acceso como buenas,
 - El 16,13% de los prestadores de servicios turísticos consideran a las vías de acceso como regulares.
 - El 3,23% de los prestadores de servicios turísticos consideran a las vías de acceso como deficientes.
-

Fuente: Encuestas aplicadas – julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

4.2. Pruebas de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

a) **Hi:** Los productos turísticos se relacionan con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

Ho: Los productos turísticos no se relacionan con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

b) $\alpha=0.05$ $p<0.05$

Coefficiente de correlación= -1 a 1 (los signos indican si existe correlación directa e inversa, siendo cero el valor que muestra no correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Cuadro 9. Comprobación de hipótesis general

			PRODUCTOS	
			TURÍSTICOS	OFERTA
Rho	de PRODUCTOS	Coefficiente de correlación	1,000	,065
Spearman	TURÍSTICOS	Sig. (bilateral)	.	,729
		N	226	31
	OFERTA	Coefficiente de correlación	,065	1,000
		Sig. (bilateral)	,729	.
		N	31	31

Fuente: SPSS versión 24

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

d) **Decisión:** en base al resultado obtenido se observa que el coeficiente de relación es 0,065 por lo que existe una correlación positiva débil. Y al analizar la significancia se observa que $\text{sig}=0,729 > 0,05$, y no cumple el nivel de significancia establecido, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis de investigación (H_1). Es decir, los productos turísticos no se relacionan con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

4.2.2. Hipótesis específica 1

a) **Hi:** Los atractivos turísticos se relacionan con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

Ho: Los atractivos turísticos no se relacionan con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

b) $\alpha=0.05$ $p=<0.05$

Coefficiente de correlación= -1 a 1 (los signos indican si existe correlación directa e inversa, siendo cero el valor que muestra no correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Cuadro 10. Comprobación de hipótesis específica 1

				ATRATIVOS	
				TURÍSTICOS	OFERTA
Rho Spearman	de ATRACTIVOS TURÍSTICOS	Coefficiente de	de	1.000	-.113
		correlación			
		Sig. (bilateral)		.	.543
		N		226	31
	OFERTA	Coefficiente de	de	-.113	1.000
		correlación			
Sig. (bilateral)			.543	.	
	N		31	31	

Fuente: SPSS versión 24

Elaborado por: Katherine Agualongo

d) **Decisión:** en base al resultado obtenido se observa que el coeficiente de relación es -0,113 por lo que existe una correlación negativa media. Y al analizar la significancia se observa que $\text{sig}=0,543 > 0,05$, y no cumple el nivel de significancia establecido, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis de investigación (H1). Es decir, los atractivos turísticos no se relacionan con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

4.2.3. Hipótesis específica 2

a) **Hi:** El cliente se relaciona con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

Ho: El cliente no se relaciona con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

b) $\alpha=0.05$ $p=<0.05$

Coefficiente de correlación= -1 a 1 (los signos indican si existe correlación directa e inversa, siendo cero el valor que muestra no correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Cuadro 11. Comprobación de hipótesis específica 2

			CLIENTE	OFERTA
Rho	de CLIENTE	Coefficiente de correlación	1,000	,022
Spearman		Sig. (bilateral)	.	,907
		N	226	31
	OFERTA	Coefficiente de correlación	,022	1,000
		Sig. (bilateral)	,907	.
		N	31	31

Fuente: SPSS versión 24

Elaborado por: Katherine Agualongo

d) **Decisión:** en base al resultado obtenido se observa que el coeficiente de relación es 0,22 por lo que existe una correlación positiva media. Y al analizar la significancia se observa que $\text{sig}=0,907 > 0,05$, y no cumple el nivel de significancia establecido, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis de investigación (H1). Es decir, el cliente no se relaciona significativamente con la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

4.3. Presentación de resultados

La información obtenida en la investigación realizada sobre productos turísticos y oferta, ha sido analizada estadísticamente a través del método Coeficiente de Spearman. En el cual se realizó la prueba de hipótesis general y las dos específicas, en las que se determinó que se aceptan las hipótesis nulas y se rechazan las hipótesis de investigación.

En la prueba de hipótesis general se observa una correlación positiva débil entre los productos turísticos y la oferta, sin embargo, no existe evidencia suficiente para aceptar la hipótesis de investigación por lo que se acepta la hipótesis nula y se concluye, que los productos turísticos no se relacionan significativamente con la oferta del cantón Pelileo, tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.729.

En la prueba de específica 1, se observa una correlación negativa media entre los atractivos turísticos y la oferta, sin embargo, no existe evidencia suficiente para aceptar la hipótesis de investigación por lo que se acepta la hipótesis nula y se concluye que, los atractivos turísticos no se relacionan significativamente con la oferta del cantón Pelileo, tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.543.

En la prueba de específica 2, se observa una correlación positiva media entre el cliente y la oferta, sin embargo, no existe evidencia suficiente para aceptar la hipótesis de investigación por lo que se acepta la hipótesis nula y se concluye que, el cliente no se relaciona significativamente con la oferta del cantón Pelileo, tomando en cuenta que p-valor debe ser menor de 0.05 y en este caso se obtuvo 0.907.

5. CONCLUSIONES

- Se evidenció que no existe una relación significativa de los atractivos turísticos en la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua, el resultado se obtuvo de la hipótesis planteada en la cual se observó un nivel de significancia mayor al requerido.
- Con respecto al cliente y la oferta turística del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua, según los resultados obtenidos se evidenció que no existe una relación significativa, ya que el nivel de significancia es mayor al requerido, a pesar de ser el cliente un factor clave en la oferta turística.
- De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidenció que no existe congruencia entre las variables de la investigación, motivo por el cual se debe poner mayor énfasis en el trabajo de las variables; productos turísticos y oferta, con el fin de identificar los elementos que las conforman y las relacionan entre sí.

6. RECOMENDACIONES

- Es fundamental que el GAD Municipal de Pelileo a través de la Unidad de Turismo, establezcan acciones, estrategias y proyectos. Enfocados a tener un mayor aprovechamiento de los atractivos turísticos y de esta forma facilitar el diseño de nuevos productos turísticos, con el fin de mejorar la oferta existente en el cantón.
- Se considera importante que los prestadores de servicios turísticos identifiquen las necesidades, gusto y preferencias del perfil del visitante o potencial cliente, para direccionar e innovar los servicios y actividades ofertadas.
- Se considera fundamental identificar los elementos necesarios para el diseño de un producto turístico como parte de la oferta, con el propósito de satisfacer la experiencia del perfil del visitante y mejorar, innovar y direccionar de forma adecuada la oferta turística del cantón Pelileo.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. Á. (1990). Agencias de viajes, organización y operación. México: Trillas.
- Albán , H. (2019). Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de Universidad Nacional de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5697/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0030.pdf>
- Alvarado, F., & Ortega, D. (24 de Mayo de 2016). MINTUR. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>
- Azuero, M. A. (2012). Las preguntas más frecuentes sobre marketing. Norma .
- Boullon, R. (2006). Espacio Turístico. México: Trillas.
- Calcada, F. (2017). La diversificación de la oferta turística como alternativa para minimizar la estacionalidad: el caso de los eventos en Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. Cuadernos de Turismo, 91 - 112.
- Corral , Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. Revistas Ciencias de la Educación, 230.
- Dirección Provincial de Tungurahua. (s.f.). Inventario de Atractivos Turísticos del cantón Pelileo. Pelileo.
- Dos Santos , M. (2015). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. Scielo, 81.
- GAD Pelileo. (15 de Enero de 2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1860000640001_DIAGNOSTICO_FINAL_15-01-2015_15-59-48.pdf
- Guato , S. E. (2017). Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27551/1/Guato%20Caiza%20Silvana%20Estefania_%20ID.%201805364302.pdf
- Gurría, M. (1991). Introducción al turismo. México: Trillas.

- Guzmán, T., & Sánchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas . Pasos, 159 -171.
- H. Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). Ruta Agroturística Artesanal . Pelileo.
- Hernández Sampieri , R. (2014). Metodología de la Investigación Sexta Edición. México D.F.: Interamericana Editores S.A.
- Medina , V. E. (2014). Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9317/1/FCHE-HTP-193.pdf>
- Medina. (2008). Universidad Nacional de Santiago del Estero. Obtenido de Universidad Nacional de Santiago del Estero: <http://blog.uca.edu.ni/jmedina/files/2011/06/Proceso-de-investigacion-Cientifica1.pdf>
- Mejía, L., & Bolaño, L. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el Departamento de la Guajira - Colombia. Scielo, 139-149.
- Ministerio de Turismo. (Abril de 2015). Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- MINTUR. (26 de Septiembre de 2007). PLANDETUR 2020. Obtenido de PLANDETUR 2020: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- MINTUR. (2017). Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017 - Glosario de términos. Quito.
- MINTUR. (2018). Manual de atractivos turísticos . Quito.
- Moncayo , A. F. (2018). Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de Universidad Nacional de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4699/1/UNACH-EC-FCP-GEST-TUR-2018-0002.pdf>
- Nasimba, C., & Cejas, M. (01 de Diciembre de 2015). Universidad Iberoamericana del Ecuador . Obtenido de Universidad Iberoamericana del Ecuador : https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-

CEJAS-DISEÑO-DE-PRODUCTOS-TURÍSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

- OEA. (1980). Turismo. Obtenido de <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Ordoñez, P. (2011). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/297/browse?type=author&order=ASC&rpp=20&value=Ordo%C3%B1ez+Yumbillo%2C+Patricia+Ver%C3%B3nica>
- Salas, R. (01 de Noviembre de 2017). Mintur. Obtenido de Mintur.
- Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo. Madrid : Organización Mundial del Turismo.
- Sanhueza, C. (26 de Diciembre de 2011). Turismo. Obtenido de Turismo: <http://geoturismo011.blogspot.com/2011/12/concepto-de-producto-turistico.html>
- Sectur. (2004). Turismo Alternativo. México: Primerts S.A.
- SEGGITUR. (2015). Turismo e innovación. Módulo Turístico , 26.
- SENPLADES. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021. Quito.
- Sevilla , M. E. (2016). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/5171/1/23T0555.pdf>
- Unidad de Turismo Pelileo. (2018). Turismo Pelileo. Obtenido de <http://www.turismopelileo.caehost.com/sobre-pelileo/informacion-general/>
- Universidad de Guadalajara. (2018). Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios. Jalisco.

8. ANEXOS

Anexo 1.- Propuesta

1. Título de la propuesta

Producto turístico para fortalecer la oferta turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

2. Introducción

La actividad turística forma parte indispensable en la economía de un país, debido a que es una de las industrias que más se ha desarrollado con el paso del tiempo y deja un importante flujo económico. A su vez ha generado un mayor interés por parte de las personas que deciden formar parte de esta actividad a través de nuevos emprendimientos y proyectos para mejorar su calidad de vida.

El turista en la actualidad ya no busca solo adquirir productos y servicios, sino más bien se busca tener una experiencia enriquecedora durante su estadía en un destino turístico, motivo por el cual es fundamental la creación de nuevos productos turísticos enfocándose en sus necesidades y preferencias con el fin de constituir una oferta innovadora.

En vista a lo expuesto anteriormente fue fundamental el diseño de un producto turístico en el cual se incluyó a parroquias rurales y urbanas del cantón Pelileo con sus principales atractivos turísticos debidamente jerarquizados, con el fin de mejorar y direccionar de forma adecuada la oferta turística del cantón, a través de actividades planificadas en base a los gustos, necesidades y preferencias del turista.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Determinar un producto turístico para fortalecer la oferta del cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua.

3.2. Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico de la actividad turística del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

- Identificar la metodología para el diseño de un producto turístico.
- Diseñar un producto turístico para el cantón Pelileo, en base a la metodología identificada.

4. Diagnóstico de la actividad turística del cantón Pelileo

4.1. Delimitación del lugar

a) Ubicación geográfica

Ubicado en los Andes del Ecuador, a 150 km/ 2:30 minutos de Quito, a 25 minutos de Baños, en la Ruta de los Volcanes; y en la puerta de entrada a la amazonia. Posee una de las culturas étnicas mejor conservada del Ecuador (Salasaka). (Unidad de Turismo Pelileo, 2018)

Ilustración 2. Ubicación geográfica



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas, (2015)

Elaborado por: Consejo Provincial de Tungurahua

b) Límites

El cantón Pelileo se encuentra situado en la zona centro del país y sus límites son:

- **Norte:** están los cantones Píllaro y Ambato
- **Sur:** se encuentra la provincia de Chimborazo
- **Este:** están los cantones Patate y Baños
- **Oeste:** están los cantones Quero y Cevallos (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

c) Extensión y división política

La extensión del cantón Pelileo es de 201.5 Km² y se encuentra dividido en 10 parroquias.

Urbanas: La Matriz y Pelileo Grande.

Rurales: García Moreno, Benítez, Cotaló, Huambaló, Salasaca, El Rosario, Bolívar y Chiquicha. (GAD Pelileo, 2015)

d) Población

El cantón Pelileo tiene 61.978 habitantes. (GAD Pelileo, 2015)

e) Altitud

Su altitud es de 2600 msnm. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

f) Clima

El cantón Pelileo goza de un clima templado y su temperatura media anual es de 13° C y puede llegar hasta los 25 °C. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

g) Reseña Histórica

La localidad de Pelileo como otras áreas de la provincia de Tungurahua, estuvo poblada antes de la llegada de los conquistadores europeos, es así que sus primeros habitantes, posiblemente subieron por el río Pastaza a través de Baños y se integraron a la Cultura Panzaleo, la cual estaba asentada en este territorio. El nombre Pelileo tiene su origen en esta cultura, con diferentes significados como “Laguna Grande”, “Cacique Poderoso”, “Fuerte como el Rayo”. Más tarde, a estos pobladores se sumaron grupos de origen Aymara que fueron traídos por los Incas hasta este territorio, mismos que en la actualidad constituyen el pueblo Salasaca. En el año 1570 con la llegada de los españoles el asentamiento Pelileo fue fundado por Antonio Clavijo. Años después fue destruido por el terremoto de 1797 por lo que fue refundado por el Corregidor de Ambato, Don Bernardo Darquea. Más tarde, el 22 de Julio de 1860, Pelileo fue elevado a cantón. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

Lastimosamente el 5 de agosto de 1949, esta zona fue afectada por un sismo, fecha en la cual el poblado prácticamente desapareció. Durante este evento catastrófico, aproximadamente 5000 personas murieron dentro de los límites del cantón, la mayor parte atrapadas en las ruinas de la ciudad. La única estructura visible de la antigua urbe es una

pequeña parte de un pilar de roca, que fue parte de la magnífica iglesia central de Pelileo en donde es conocido como Pelileo Grande. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

El trabajo arduo de la población permitió la reconstrucción de este cantón, y su desarrollo hasta la actualidad.

h) Actividades productivas

Este cantón principalmente se caracteriza por el comercio, la agricultura, la fabricación de muebles, elaboración de artesanías y la industria textil lo que dar renombre a este cantón a nivel nacional e internacional. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

i) Tradiciones y celebraciones

El cantón Pelileo se caracteriza por ser un rincón de la provincia de Tungurahua cuya religiosidad se manifiesta a través de sus fiestas y celebraciones en honor a sus santos a lo largo de todo el año. Por otro lado, Salasaca demuestra una ritualidad ancestral, pues su gente ha mantenido a lo largo del tiempo sus costumbres y tradiciones festivas. Entre sus principales fiestas tenemos:

- Fiesta del Varayuk, Parroquia Salasaca
- Carnaval, Parroquia Salasaca
- La Fiesta del Caporal, Parroquia Salasaca
- Celebración del Inti Raymi, Parroquia Salasaca
- Los Capitanes, Parroquia Salasaca
- Fiestas de cantonización (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

4.2. Oferta turística del cantón Pelileo

a) Identificación de atractivos turísticos

Atractivos turísticos: El cantón Pelileo cuenta con un número importante de atractivos turísticos naturales y culturales, los mismos que se encuentran dentro del inventario turístico del cantón que fue realizado por la Dirección Provincial de Tungurahua en años anteriores, el cual me ha sido muy útil en el desarrollo de esta investigación.

A continuación, se detallan los atractivos turísticos con su respectiva categoría, tipo y subtipo:

Cuadro 12. Atractivos Turísticos del Cantón Pelileo

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Elaboración de sombreros de Pamatug	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías
Iglesia del Señor de los Milagros	Manifestación Cultural	Etnografía	Arquitectura Civil Religiosa
Iglesia de la Limpia y Pura	Manifestación Cultural	Etnografía	Arquitectura Civil Religiosa
Río Pachanlica	Sitio Natural	Ríos	Rápidos o Raudales
Manufactura de sandalias	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías
Río Chambo	Sitio Natural	Ríos	Rápidos o Raudales
Cruz de Cotaló	Sitio Natural	Montaña	Mirador
Iglesia de Cotaló	Manifestación Cultural	Etnografía	Arquitectura Civil Religiosa
Taberna El Paso	Manifestación Cultural	Histórica	Colecciones Particulares
Laguna La Cocha	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
Agua mineral de Pillate	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Aguas Minerales
Hacienda Pailitas	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura Civil
Elaboración de muebles	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías
Los Salasacas	Manifestación Cultural	Etnografía	Grupo Étnico
Mercado Artesanal Salasaca	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y mercados
Cerro Nitón	Sitio Natural	Montañas	Cerro

Sitio Sagrado Quinlli Urcu	Sitio Natural – Manifestación Cultural	Montaña - Etnografía	Miradores – Manifestaciones religiosas.
Manufactura de calzado	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías
Cerro Teligote	Sitio Natural	Bosque	Páramo y Bosque Nublado
Complejo Turístico Don Moro	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas
Complejo Turístico La Moya	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas
La gastronomía	Manifestación Cultural	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas
Feria del jeans	Manifestación Cultural	Etnografía	Ferias y Mercados

Fuente: Dirección Provincial de Tungurahua

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

En base al inventario de atractivos turísticos del cantón Pelileo, se ha identificado que la vocación del territorio es cultural, debido a que se destacan los atractivos de tipo cultural, que son las principales actividades que se desarrollan en la ciudad.

a) Identificación de Servicios Turísticos

La investigación realizada en el cantón Pelileo me permitió identificar la existencia de 31 establecimientos que prestan servicios turísticos, los cuales son legalmente reconocidos por el Ministerio de Turismo y se encuentran dentro del Catastro Turístico del cantón.

Cuadro 13. Prestadores de servicios turísticos

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCIÓN
Agencia de viajes	Jertitours	Jenny Jerez	Padre Jorge Chacón y Eplicachima
Agencia de viajes	Tukilaya	Franklin Caballero	Vía a Baños
Alojamiento	Luna Bonsai	Roberto Luna	Vía Pelileo – Baños Km 6

Alojamiento	Hostal Estrella Azul	Wilson Quinga	Av. Confraternidad Sector el Tambo
Alojamiento	San Pedro	Segundo Moposita	Vicente Rocafuerte y Antonio Clavijo
Alojamiento	Indu Huasi	Francisco Masaquiza	Salasaca Sector Patuloma
Cafetería	Montana Café	Jonnathan Montaguano	Av. Confraternidad y Calicuchima
Fuente de soda	Nice Cream	Tania Rodríguez	Av. Confraternidad y Padre Chacón
Fuente de soda	Hielero	Edwin Quinatoa	Salasaca Principal vía a Baños
Restaurante	Turismo Restaurant	Sandra Ramos	Calicuchima S/N y Antonio Clavijo
Restaurante	Típico de mi Tierra	Myriam Silva	Catimbo a 200 M del estadio
Restaurante	Tejano's Chicken	Carlos Zapata	Av. Padre Jorge Chacón y Juan de Velasco
Restaurante	The best Chicken Broster	Mónica Barroso	Principal vía a Baños Sector el Tambo
Restaurante	Rico Pollo	Carmen Proaño	Antonio Clavijo y José Mejía
Restaurante	Choza D'Andrewjs	Sonia Caina	Salasaca vía a Baños Sector Rumiñahui
Restaurante	Rico Pollo	Cristina Boada	Av. Confraternidad y Padre Chacón
Restaurante	Chifa Hong Kong	Cuili Liu	Av. Confraternidad y Padre Chacón
Restaurante	Pollo de Campo N° 10	Lucía Mariño	Antonio Clavijo y José Mejía
Restaurante	Paradero las fritadas de Mamá América 2	Homero Llagua	Rocafuerte y Sucre Principal Barrio Central
Restaurante	Monchos Pizza	Augusto Gavilanes	Antonio Clavijo y 22 de Julio
Restaurante	Asadero Doña Leo	María Sánchez	Av. Confraternidad Sector El Tambo

Restaurante	Pollo Rico	David Proaño	Calle Oriente y Av. Confraternidad
Restaurante	Fannicita	Fanny Chicaiza	Principal vía a Baños Sector Salasaca
Restaurante	Rincón Suizo	Anita Masaquiza	Salasaca Calle principal vía a Baños
Restaurante	Gato's Pizza	Roberto Rosero	Av. Confraternidad y Padre Chacón
Restaurante	Cevichería El Rincón Manabita	Milton Quiñonez	Quiz y Miguel Ricaurte
Restaurante	Cevichería Manabita el Arrecife	Tito Cabezas	Quiz y Miguel Ricaurte
Restaurante	Asadero Jr. Texa's	Edwar Llerena	Av. Confraternidad y Padre Chacón
Restaurante	Pollo Brosterizado El Ranchero	Jaime López	Av. Jorge Chacón, frente a las canchas sintéticas
Sala de Recepciones y Banquetes	Quinta Recepciones El Belén	María Villegas	Sector Guantugsumo Vía a Huambaló
Balneario	Amy's	Dylan Perez	Juan Montalvo Diagonal al estadio

Fuente: Catastro Turístico

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Sin embargo, existen establecimientos que a pesar de no encontrarse debidamente reconocidos por el Ministerio de Turismo prestan sus servicios a los turistas y a la población, formando parte de la oferta de este cantón.

b) Infraestructura turística del cantón Pelileo

La infraestructura turística es un factor fundamental en desarrollo del turismo en un destino determinado. A continuación, se detalla la infraestructura turística con la que cuenta el cantón Pelileo para llevar a cabo la actividad turística.

Cuadro 14. Infraestructura turística

Tipo de infraestructura	Características	Observaciones
Transporte	Transporte inter-cantonal Pelileo - Ambato	Cooperativa de transporte El Dorado Cooperativa de Transporte 22 de Julio Ruta: Pelileo – Ambato
	Transporte parroquial	Cooperativa de Transporte Huambaló Cooperativa de Transporte Ciudad Azul
Comunicación	Fija	La cobertura cantonal y parroquial es buena.
	Móvil	La cobertura cantonal es buena. La cobertura parroquial es regular.
Señalización turística	Señalización turística de aproximación	Señalización turística suficiente
	Señalización turísticas en los atractivos turísticos	Señalización turística insuficiente
Vías de acceso	Red local: Ambato – Pelileo – Baños	Vía asfaltada en buen estado
	Redes parroquiales: Pelileo – Diferentes parroquias	Vías asfaltadas en buen estado.

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

4.3. Demanda turística del cantón Pelileo

La demanda turística es la razón de ser de un destino, a quienes va dirigido los servicios y actividades planificadas dentro de la oferta. El cantón Pelileo cuenta con una importante demanda, la cual en su mayor parte ha sido atraída por uno de los atractivos turísticos más importantes que tiene el cantón; la feria del jeans. El estudio de la demanda ha permitido conocer datos específicos y generales de la misma y el conjunto de esta información ha dado paso a determinar el perfil general del turista que visita esta ciudad.

a) **Perfil del turista**

Cuadro 15. Perfil del turista

INFORMACIÓN DEL TURISTA	
Procedencia	<p>Con respecto al lugar de procedencia de los turistas que visitan el cantón Pelileo, se observó que el 88,05% de turistas visitan el cantón Pelileo proceden de la región Sierra, el 9,73% proceden de la región Costa, el 1,77% proceden del Oriente o Amazonía y el 0,44% restante son Internacionales. Se concluye que mayor parte de turistas que visitan el cantón Pelileo son procedentes de la región Sierra que representa el 88,05%.</p>
Edad promedio	<p>La edad promedio de los turistas que visitan el cantón Pelileo es de 26–33 años que corresponde al 39,38%, mientras que el 36,73% corresponde a los turistas de 34-41 años, el 10,18% pertenece a los turistas de 42-49, el 10,18% corresponde a los turistas de 18-25 años y el 3,54% pertenece a los turistas de más de 50 años. Se concluye que en su mayoría la edad de los turistas que visitan el cantón Pelileo es de 26-33 años que corresponde al 39,38%.</p>
Género	<p>Con respecto al género de los turistas, se pudo observar que el 58,85% que realizaron la encuesta corresponden al género femenino y el 41,15% restante corresponde al género masculino. Se concluye que el mayor porcentaje de turistas que es el 58,85% corresponde al género femenino que visita el cantón Pelileo.</p>
Rango de ingresos mensuales	<p>Se observó que el 33,19% de los turistas encuestados tiene un rango de ingresos mensuales de \$395-\$595, mientras que el 32,30% tiene un rango de ingresos mensuales de \$596-796, seguido del 15,93% que tiene un rango de ingresos mensuales de \$796-\$996, el 15,04% tiene un rango de ingresos mensuales de \$194-\$394 y finalmente el 3,54% tiene un rango de ingresos mensuales de \$997 o más. Se concluye que la mayor parte de turistas que visita el cantón Pelileo tienen un rango de ingresos mensuales de \$395-\$595 que representa el 33,19%.</p>

DESCRIPCIÓN DEL VIAJE	
Frecuencia de viaje	En lo que respecta a la frecuencia con la que los turistas visitan el cantón Pelileo se evidencio que el 31,42% lo visitan una vez a los seis meses, el 23,45% lo visitan una vez al mes, el 19,47% lo visitan una vez a los nueve meses, el 13,72% lo visitan una vez a los tres meses y el 11,95% lo visitan una vez al año. Se concluye que el mayor porcentaje de turistas que es el 31,42% visitan el cantón Pelileo una vez a los seis meses.
Con quien viajan generalmente	Con respecto de con quien viajan los turistas generalmente cuando visitan el cantón Pelileo, se evidenció que el 73,45% viajan con su familia, el 13,72% en pareja, el 7,96% viaja con amigos, el 3,10% viajan solos y el 1,77% viajan con compañeros del ámbito laboral. Se concluye que la mayor parte de turistas que visitan el cantón Pelileo viajan generalmente con su familia que representa el 73,45%.
MOTIVACIÓN	
Motivo de viaje	Se evidencio que el principal motivo de viaje del turista que visita el cantón Pelileo es la feria del jeans, debido a que el 37,17% de los turistas manifiestan que el atractivo turístico que visitan con mayor frecuencia es la feria del jean, seguido por el 25,22% que visitan con mayor frecuencia la laguna La Moya, mientras que un 19,03% que visitan con mayor frecuencia la plaza artesanal de Salasaca, por su parte el 15,04% visitan con mayor frecuencia la feria del mueble y finalmente el 3,54% restante visitan con mayor frecuencia la Cruz de Cotaló.
MEDIOS DE INFORMACIÓN	
Medios de comunicación que utilizan para informarse sobre productos y servicios turísticos	Con respecto a los medios de comunicación que utilizan los turistas para informarse de los productos y servicios turísticos del cantón Pelileo se observó que el 76,55% de turistas se informa a través de las redes sociales, el 17,26% se informa a través de páginas web, el 2,21% se informa a través de la prensa, el 2,21 % se informa a través de la radio, mientras que el 1,77% restante se informa a través de la televisión. Se concluye que el mayor porcentaje de turistas que es el 76,55% se informan de los productos y servicios turísticos del cantón Pelileo a través de las redes sociales.

Fuente: Encuestas aplicadas en el mes de junio, (2019)

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

4.4. Análisis del contexto, social, político y económico.

a) Análisis FODA del destino turístico

Para obtener información de la situación actual de la actividad turística en el cantón Pelileo se realizó un FODA, en el cual se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el cantón, y en base a esto se procede al diseño de un modelo de producto turístico que beneficie al turismo del cantón e innove la oferta turística.

Cuadro 16. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Variedad de atractivos turísticos naturales y culturales.• Posee la industria del jeans más reconocida del país.• Gente amable y servicial.• Clima agradable, para el desarrollo de actividades turística.• Vías de acceso en buen estado	<ul style="list-style-type: none">• Limitada oferta de productos turísticos• Limitada Infraestructura turística• Poca promoción y difusión turística• Limitada gestión por parte de las autoridades con respecto a la actividad turística.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Generación de nuevos productos turísticos• Mayor demanda turística• Nuevos proyectos en el ámbito turístico	<ul style="list-style-type: none">• Reactivación eruptiva del volcán Tungurahua.• Recesión económica• Crisis política

Fuente: Diagnóstico del sector

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

5. Metodología para el diseño de un producto turístico

El diseño de un producto turístico involucra una metodología por desarrollar, para lo cual el MINTUR establece la siguiente:



Ilustración 3. Metodología para el diseño de un producto turístico

Fuente: Salas, (2017)

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

a) Identificación, clasificación y jerarquización de atractivos: Los atractivos turísticos constituyen un factor indispensable para la creación de un nuevo producto turístico, debido a que este genera el interés del turista y lo motiva a desplazarse hacia diferentes lugares. La identificación y clasificación de atractivos turísticos permite conocer los atractivos que van ser parte de un producto turísticos, identificando cada una de sus características en el momento que se realiza la ficha de evaluación técnica del MINTUR para la jerarquización de los atractivos. Los atractivos turísticos se jerarquizan de la siguiente manera:

Cuadro 17. Jerarquía de los atractivos turísticos

Jerarquía	Descripción
Jerarquía IV	Pertenece a un atractivo excepcional de alta significación para el mercado internacional, capaz de por sí solo motivar una importante corriente de visitas y presenta condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos.
Jerarquía III	Atractivos con rasgos excepcionales que motivan una importante corriente de visitas nacionales o extranjeros y presenta condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos.
Jerarquía II	Atractivo con algún llamativo y con condiciones básicas para formar parte de un producto turístico.
Jerarquía I	Atractivo con condiciones mínimas para el desarrollo de productos turísticos.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que motiva desplazamiento, pero no cuentan con infraestructura de apoyo.

Fuente: Salas, (2017)

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

- b) **Geo-referenciación y generación de espacios turísticos:** La ficha de evaluación técnica de los atractivos permite también realizar la georreferenciación, la cual nos permite conocer la ubicación exacta de los atractivos en el mapa y a su vez ir generando los espacios turísticos que formaran parte de un paquete turístico.
- c) **Modelo de centro de distribución turística:** Este punto nos permite identificar los poblados urbanos que cuentan con atractivos, infraestructura, servicios y facilidades que permiten la llegada del turista.
- d) **Producto turístico:** Un producto turístico es conjunto de elementos como: atractivos, servicios, facilidades, actividades e infraestructura, que se relacionan entre sí para ser comercializado y puesto a disposición del turista, con el de brindarle una experiencia única. En este punto se establecen los atractivos, actividades y servicios turísticos y complementarios que se estructuran entre sí para ser ofertados al turista.
- e) **Mercados y promoción:** este elemento permite conocer hacia quien va dirigido el producto turístico y a la vez e identificar los medios a través de los cuales se va a difundir y promocionar el producto.
- f) **Innovación:** la innovación consiste en planificar actividades complementarias que le den un valor agregado a un producto turístico y lo conviertan en único en un mercado. Aspecto que busca brindar una experiencia diferente y enriquecedora al turista.

6. Diseño de producto un turístico para el cantón Pelileo

Para el diseño de este producto turístico se ha tomado como base la metodología descrita anteriormente que pertenecen al MINTUR, la misma que se desarrolla a continuación.

6.1. Identificación, clasificación y jerarquización de los atractivos turísticos.

Para el diseño de este producto turístico se ha establecido los tres atractivos turísticos visitados con mayor frecuencia en el cantón Pelileo dos de tipo cultural y uno de tipo natural, para formar parte de este producto turístico.

A través de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el cantón Pelileo, el 37,17% de los turistas manifestaron que el atractivo turístico que visitan con mayor frecuencia es la feria del jean, seguido por el 25,22% que visitan con mayor frecuencia el complejo turístico La Moya, mientras que un 19,03% que visitan con mayor frecuencia la plaza artesanal de Salasaca.

Además, se ha realizado la ficha de jerarquización de estos atractivos turísticos para determinar sus características y jerarquía. A continuación, se detallan los atractivos turísticos que formaran parte de este producto turístico y el resumen de los resultados de la evaluación técnica que se realizó a cada uno.

- **Feria del jean**

Cuadro 18. Información del atractivo turístico - Feria del jeans

INFORMACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO	
Categoría	Manifestación cultural
Tipo	Acervo cultural y popular
Subtipo	Ferias y mercados
Calificación de la evaluación técnica	57.2
Jerarquía	III

Fuente: Fichas de evaluación técnica

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Descripción

La tradicional feria del jean se encuentra ubicada en la entrada al cantón Pelileo en el Barrio el Tambo a 5 minutos antes de llegar al casco central. El cantón Pelileo es conocido a nivel nacional por la confección de jeans de muy buena calidad, motivo por el cual se le ha denominado como la ciudad azul. Existen alrededor de 500 familias que se dedican a la elaboración de estas prendas las mismas que son comercializadas en el barrio antes mencionado, lugar en el cual también se encuentran servicios turísticos puestos a disposición del turista. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

Cuadro 19. Resultados de la evaluación técnica – Feria del jeans

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	17
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	8.1
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9.1
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias de reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen de intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL			100	57.2

Fuente: Fichas de evaluación técnica

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

- **Laguna La Moya**

Cuadro 20. Información del atractivo turístico – Laguna La Moya

INFORMACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO	
Categoría	Atractivos naturales
Tipo	Ambientes Lacustres
Subtipo	Laguna
Calificación de la evaluación técnica	60.2
Jerarquía	III

Fuente: Fichas de evaluación técnica

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Descripción

La laguna se encuentra ubicada dentro del Complejo turístico La Moya en la vía a baños parroquia Pelileo Grande, es un hermoso lugar donde se puede disfrutar del contacto directo con la naturaleza, aquí existen áreas verdes, casetas con asaderos para realizar picnics, botes para navegar en la laguna, juegos infantiles y recreacionales, canchas de basquetbol, indor fútbol y ecuavoley, senderos para caminar o andar a caballo piscina temperada, baños de cajón, sauna, turco e hidromasaje, artesanías y una variedad de gastronomía. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

Cuadro 21. Resultados de la evaluación técnica – Laguna La Moya

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	17
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5.1
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	8
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9.1
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	15
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias de reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen de intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL			100	60.2

Fuente: Fichas de evaluación técnica

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

- **Plaza Artesanal de Salasaca**

Cuadro 22. Información del atractivo turístico – Mercado Artesanal Salasaca

INFORMACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO	
Categoría	Manifestaciones culturales
Tipo	Acervo cultural y popular
Subtipo	Ferias y mercados
Calificación de la evaluación técnica	57.2
Jerarquía	III

Fuente: Fichas de evaluación técnica

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Descripción

El mercado artesanal se encuentra ubicado en el centro de la parroquia Salasaca en la vía Ambato – Pelileo – Baños. El pueblo Salasaca tradicionalmente se ha dedicado a la elaboración de artesanías con hilo de lana de borrego y alpaca con el cual las mujeres de este lugar tejen a mano llamativos tapices, ponchos, suéteres, guantes, bufandas llenos de color y que son expuestos al público en este mercado. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015)

Cuadro 23. Resultados de la evaluación técnica – Mercado Artesanal Salasaca

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	17
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	8.1
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	10
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9.1
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias de reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen de intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL			100	57.2

Fuente: Fichas de evaluación técnica

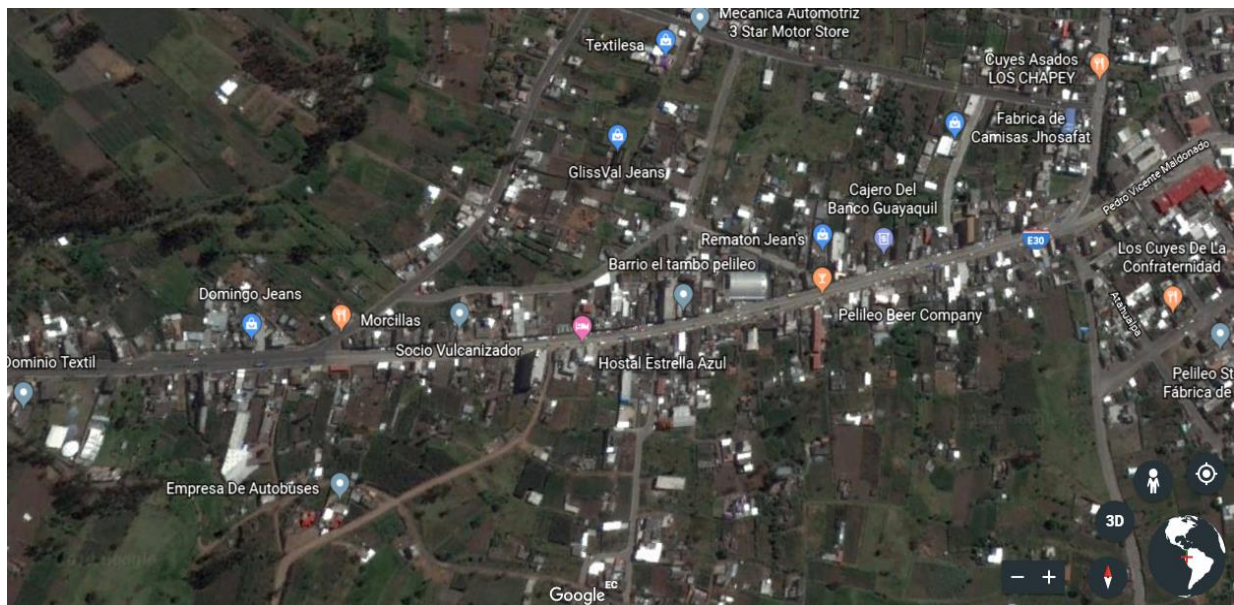
Elaborado por: Agualongo, K. 2019

6.2. Geo-referenciación y generación de espacios turísticos.

Se realizó la geo-referenciación de los tres atractivos turísticos que forman parte de la metodología de producto turístico. Para lo cual se utilizó la herramienta Google Earth.

- Feria del jeans

Ilustración 4. Geo-referenciación – Feria del jeans, Barrio el Tambo



Fuente: Google earth

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

- **Laguna La Moya**

Ilustración 5. Geo-referenciación - Laguna La Moya



Fuente: Google earth

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

- **Mercado Artesanal de Salasaca**

Ilustración 6. Geo-referenciación – Mercado Artesanal Salasaca



Fuente: Google earth

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

6.3. Modelo de centro de distribución turística

El centro de distribución turística que se ha identificado en las fichas de evaluación técnica de los atractivos es la Cabecera Cantonal de Pelileo, poblado que presenta las condiciones mínimas de servicio para el diseño de un producto turístico. Se ha identificado los siguientes servicios como parte de este producto turístico.

6.3.1. Servicios turísticos

Son elementos claves que facilitan el desarrollo de las actividades planteadas como parte de la oferta turística. Se detallan los cinco servicios indispensables que se integran para dar paso a un producto turístico.

a) **Servicio de alimentación:** Este servicio permite al turista proveerse de alimentos en el destino en el que se encuentre, para tener la energía necesaria para cumplir con las actividades establecidas. Acorde al lugar que se visite se ofrecen los platos típicos de ese sitio. La mayor parte de establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pelileo ofertan los platos típicos de este lugar, por lo que se tomado en cuenta dos restaurantes que ofrecen este tipo de menú. El servicio de alimentación incluye las tres comidas:

desayuno (continental, americano), almuerzo y merienda (2 opciones de menú a elegir y platos típicos del lugar).

- b) Servicios de transporte:** Este servicio permite al turista movilizarse de un lugar a otro. En lo que respecta al servicio de transporte al no existir transporte turístico en el cantón Pelileo, se ha tomado en cuenta el servicio de transporte de la ciudad de Ambato una ellas es la empresa denominada “COTTULLARI S.A.” que cuentan con unidades de transporte nuevas para brindar un buen servicio al turista, las unidades están equipadas con wifi, aire acondicionado, televisor, asientos reclinables.
- c) Servicio de hospedaje:** este servicio provee al turista cómodas instalaciones para pernoctar durante su estadía en un lugar de destino. Debido a la ubicación estratégica del establecimiento hotelero: Hostal Ciudad Azul que se encuentra ubicado en el barrio el Tambo junto a la Feria del Jean, se ha tomado en cuenta sus servicios en el diseño de este producto turístico, debido a que se encuentra en la parte intermedia de los atractivos que se van a visitar.
- d) Servicio de guianza:** este servicio permite al turista conocer la información del lugar que va a visitar, este servicio se basara en un guion previamente preparado y de acuerdo a las actividades que han sido planificadas dentro del producto turístico.
- e) Servicios complementarios:** estos son los demás servicios que están a disposición del turista en base a sus necesidades en el lugar de visita. Como consultorios médicos, entidades bancarias, cajeros automáticos, etc.

6.4. Producto turístico

El diseño de un producto turístico involucra primero evidenciar la necesidad que tiene la demanda potencial de un lugar e identificar su interés por adquirir ese producto. La demanda cumple un papel fundamental en la creación de un nuevo producto turístico, ya que en base a sus características se puede establecer el diseño del producto, con el fin de cubrir sus necesidades y expectativas.

Es así que, para la propuesta de diseño de este producto turístico producto, se basó en el criterio de los turistas que visitaron el cantón Pelileo, de los cuales el 56,64% expresan que es de gran importancia la creación de nuevos productos diseñados acorde a sus necesidades.

6.4.1. Estructuración del producto turístico

Según la autora Ordoñez, (2011) recalca para definir un producto turístico se debe tomar en cuenta las siguientes preguntas:

a) ¿Qué se debe ofrecer?

Como ya se manifestó, la necesidad y preferencia del turista es fundamental para la creación de nuevos productos turísticos, la cual señala su inclinación de visita a los tres atractivos turísticos específicos que forman parte de este producto.

b) ¿A quién se debe ofrecer?

Para diseñar un producto turístico es importante enfocarse en un segmento de mercado, por cual se ha determinado el perfil del cliente y se ha identificado que la mayor parte de turistas que visita el cantón Pelileo lo hacen con su familia, lo que permite identificar sus necesidades y establecer las actividades que se van a ofertar.

c) ¿Cuándo se debe ofrecer?

En muchas ocasiones la oferta de un producto turístico se ve limitado debido a la estacionalidad, motivo por el cual se ha diseñado este producto que pretende romper con la estacionalidad y pueda ser ofertado durante todo el año.

d) ¿En dónde ofrecer?

Se ha determinado que este producto turístico se encuentre en la Unidad de Turismo del cantón Pelileo. Para que sirva como base para la generación de nuevos productos turísticos con el fin de mejorar la oferta turística existente.

e) ¿Cómo se debe ofrecer?

Se han establecido los medios de difusión del producto turístico que son considerados los más adecuados por parte de la demanda del cantón. Se deberá ofrecer este producto de acuerdo a las políticas que maneje la entidad a cargo de la administración del mismo.

6.4.2. Nombre del producto turístico

Se ha denominado al producto turístico como: “Pelileo cultura y tradición”

6.4.3. Línea del producto turístico

El producto turístico corresponde a la línea de producto cultural.

6.4.4. Slogan del producto turístico

“La capital del jeans, el destino ideal para tus compras...”

6.4.5. Logo del producto turístico



Ilustración 7. Logo del producto

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

6.4.6. Descripción del producto turístico

El cantón Pelileo es un despliegue de cultura, posee al grupo étnico los Salasacas característico por sus tradiciones y la elaboración de artesanías, la industria del jeans más reconocida del país, una variedad de atractivos turísticos y una amplia gastronomía típico que hacen este lugar un destino turístico interesante. Visitaremos el museo y la plaza artesanal en donde podrá conocer más acerca de la cultura Salasaca sus costumbres, sus fiestas tradicionales, la confección de artesanías. Además, podrá conocer el proceso de fabricación de los jeans y podrá apreciar una variedad de prendas de vestir en la feria del jean ubicada en el barrio el Tambo. Finalmente podrá disfrutar del contacto con la naturaleza en el complejo turístico La Moya, en donde realizaremos actividades como cabalgatas, paseo en bote. Todo esto acompañado de la deliciosa gastronomía de este lugar.

6.4.7. Itinerario de actividades

Cuadro 24. Itinerario de actividades

Itinerario		
Producto Turístico “Pelileo cultura y tradición”		
N°	Hora	Actividad/Detalle
Día 1		
1	14:00 – 15:00	Traslado Ambato – Salasaca
2	15:00 – 16:00	Visita al Museo Cultural del pueblo Salasaca
3	16:00 – 17:00	Visita al Mercado Artesanal de Salasaca y compra de artesanías
4	17:00 – 17:15	Traslado Salasaca – Barrio El Tambo
5	17:30 – 18:00	Check In Alojamiento (Habitaciones dobles) Hostal Estrella Azul
6	19:00 – 20:00	Merienda Restaurante Turismo Pelileo 2 Menús a elegir, Servicio a la carta
7	20:00 – 21:00	Noche cultural (Degustación del tradicional canelaso)
Día 2		
7	8:00 – 8:30	Desayuno (Incluido en el establecimiento de alojamiento) Desayuno continental Desayuno americano
8	8:30 – 9:00	Check out
9	9:00 – 10:00	Visita a los talleres de confección del tradicional jeans
10	10:00 – 12:00	Visita a la tradicional feria del jeans Barrio El Tambo
11	12:00 – 13:00	Almuerzo Restaurante Lo Típico de mi tierra 2 Menús a elegir, Servicio a la carta
12	13:00 – 17:00	Visita a la Laguna La Moya y su complejo turístico Actividades: Cabalgata Paseo en bote Show artístico Juegos infantiles y actividades deportivas Uso de la piscina
13	17:00 – 18:00	Traslado Pelileo - Ambato

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

6.4.8. Gestión del producto

El producto turístico va dirigido a la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Pelileo a cargo del Ingeniero Enrique Mayorga, quien se encargará de administrar este producto y sirva de ejemplo para productos turísticos futuros.

En este producto turístico no se ha establecido precios, debido a que va dirigido a una entidad pública y la **Ley de Turismo en su Art. 60** menciona: “No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan los requerimientos de esta Ley”.

6.5. Mercados y Promoción

6.5.1. Medios de difusión y promoción del producto turístico

Para la promoción y difusión del productos turístico se ha identificado los medios de comunicación considerados como más relevantes y adecuados en el momento de acceder a información de productos y servicios turísticos en el cantón Pelileo según el criterio de los turistas que visitan el lugar, de los cuales el 76,55% manifiestan que el medio más adecuado son las redes sociales, seguido del 17,26% que consideran que el medio más adecuado son las páginas web y el 2,21% que considera que el medio más adecuado es la prensa. Por ello se establece estos medios de difusión y comercialización, los cuales nos permitirá receptor un mayor número de turistas.

- a) **Redes Sociales:** en la actualidad las redes sociales son una herramienta muy importante que nos mantiene informados la mayor parte del tiempo. Facebook es una de las más utilizadas, mediante la cual se compartirá información sobre la oferta de este producto turístico diseñado para el cantón Pelileo, los atractivos y las actividades que se van a realizar. Así como también fotos y videos que capten la atención del turista y generen el interés de la demanda por visitar el cantón.
- b) **Páginas web:** un gran referente de información turística del cantón Pelileo es la Página web administrada por GAD Municipal denominada “Pelileo destino turístico, cultural y productivo del Ecuador”, en la cual existe información turística del lugar y mediante la cual en coordinación con el Técnico de la Unidad de Turismo se difundirá este producto turístico que han sido propuesto en esta investigación.

- c) **Prensa:** a través de la prensa local y nacional se dará a conocer la oferta turística del cantón Pelileo, a través de publicaciones con la información más importante del cantón. Mediante la cual se haga extensiva la invitación a los turistas a visitar el lugar y participar de las actividades y servicios que se oferta.
- d) **Afiches y Trípticos:** es un medio muy importante para la difusión de los productos turísticos del cantón, por lo que es importante que sea un material llamativo que capte la atención del turista y en el cual se detalle la información del producto turístico, los servicios y atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales existentes y que en conjunto esto genere el interés del turista por extender su tiempo de estadía.

6.5.2. Diseño de materiales de difusión del producto turístico

a) Afiche



Ilustración 7. Afiche – Producto turístico

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

b) Tríptico del producto turístico

Atractivos turísticos	Servicios
◊ Feria del jeans	◊ Transporte
◊ Laguna La Moya	◊ Hospedaje
◊ Ferial artesanal de Salasaca	◊ Alimentación
	◊ Guianza

2 días 1 noche

El cantón Pelileo es un despliegue de cultura, posee al grupo étnico los Salasacas característico por sus tradiciones y la elaboración de artesanías, la industria del jeans más reconocida del país, una variedad de atractivos turísticos y una amplia gastronomía típico que hacen este lugar un destino turístico interesante.

“PELILEO CULTURA Y TRADICIÓN”

Ilustración 9. Tríptico – Producto turístico

Fuente: Propia

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

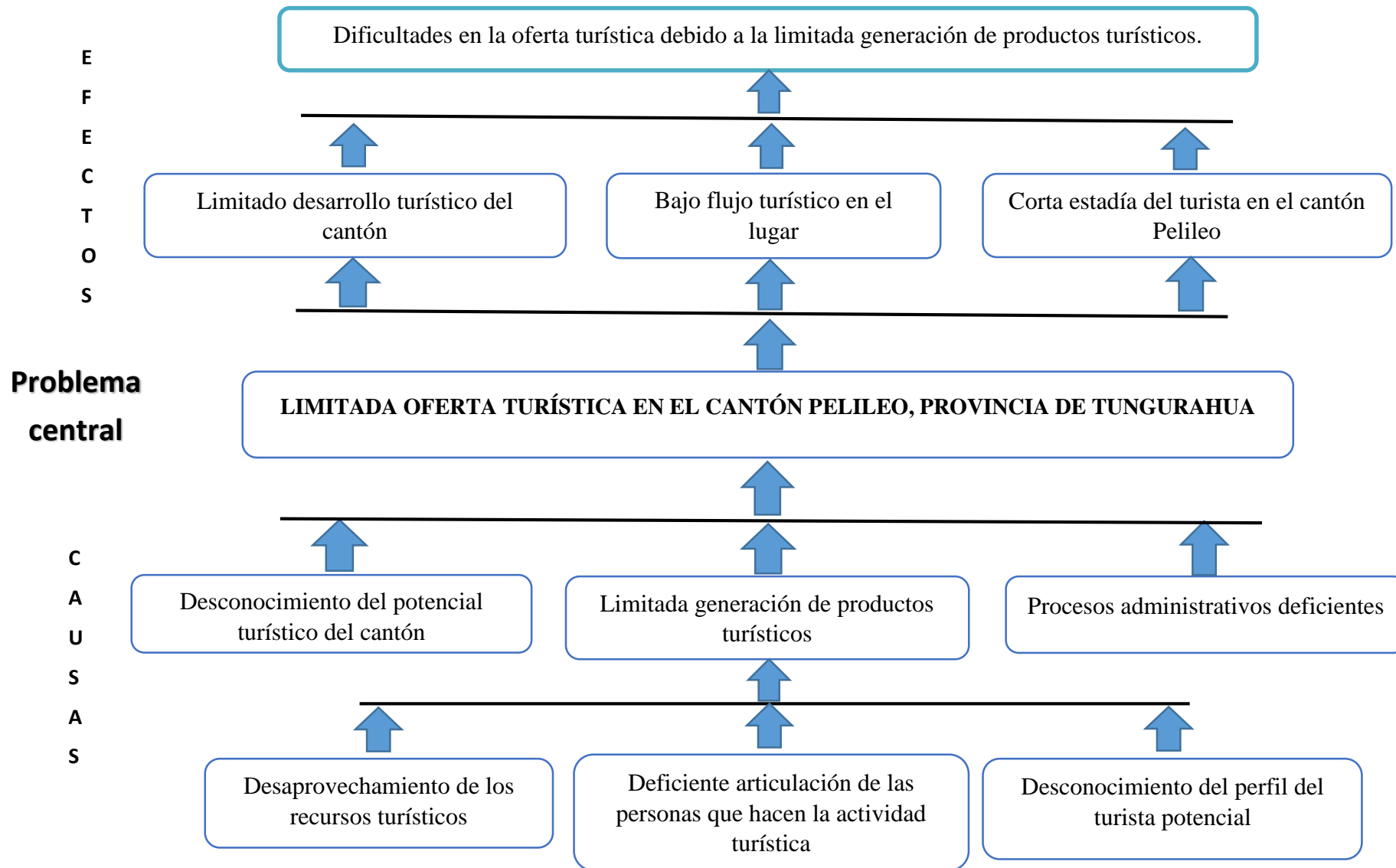
6.6. Innovación (Generación de actividades complementarias)

En lo que se refiere a la innovación del producto turístico consiste en realizar nuevas actividades establecidas en base a los requerimientos del turista que busca más que un servicio una experiencia diferente en su destino de visita, se han planificado actividades complementarias que contribuyan a este aspecto, como:

- a) Noches culturales
- b) Shows artísticos
- c) Cabalgatas
- d) Actividades al aire libre

Estas actividades complementarias permiten innovar los servicios que comúnmente se ofertan en un producto turístico, con el fin de superar las expectativas del turista potencial del cantón Pelileo.

Anexo 2.- Árbol de problemas



Anexo 3.- Encuesta de la variable independiente: productos turísticos



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

ENCUESTA
DIRIGIDA A: TURISTAS QUE INGRESAN AL CANTÓN PELILEO

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Katherine Agualongo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como objetivo recopilar información referente al proyecto de investigación denominado " PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA"

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos en ella son de uso exclusivo para la investigación.

Lea detenidamente y responda según su criterio los siguientes enunciados.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Indique su Género

1*	Masculino		2*	Femenino	
----	-----------	--	----	----------	--

2. Identifique su rango de edad

1*	18 – 25		2*	26 - 33		3*	34 - 41		4*	42 - 49		5*	Más de 50	
----	---------	--	----	---------	--	----	---------	--	----	---------	--	----	-----------	--

3. Indique su nivel de instrucción

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

4. Indique su lugar de procedencia

1*	Costa	2*	Sierra	3*	Amazonía	4*	Galápagos	5*	Internacional
----	-------	----	--------	----	----------	----	-----------	----	---------------

5. Identifique su rango de ingresos mensuales

1*	\$194 - \$394	2*	\$395 - \$595	3*	\$596 - \$796	4*	\$796 - \$996	5*	\$997 o más
----	---------------	----	---------------	----	---------------	----	---------------	----	-------------

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

6. Cuando viaja usted generalmente lo hace con:

1*	Amigos	2*	Familia	3*	Solo	4*	En pareja	5*	Compañeros del ámbito laboral
----	--------	----	---------	----	------	----	-----------	----	-------------------------------

7. Señale la frecuencia con la que visita al cantón Pelileo.

1*	Una vez al mes	2*	Una vez a los tres meses	3*	Una vez a los seis meses	4*	Una vez a los 9 meses	5*	Una vez al año
----	----------------	----	--------------------------	----	--------------------------	----	-----------------------	----	----------------

8. ¿Qué medios de comunicación utiliza generalmente para informarse de los servicios y productos turísticos del cantón Pelileo?

1*	Televisión	2*	Radio	3*	Prensa	4*	Páginas web	5*	Redes Sociales
----	------------	----	-------	----	--------	----	-------------	----	----------------

III. Señale con una X los siguientes enunciados considerando que:

Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
1	2	3	4	5

N°	DIMENSIÓN	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
ATRATIVOS TURÍSTICOS						
9	Según su criterio determine el nivel de conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Pelileo.					
10	Señale su grado de satisfacción con respecto a los atractivos turísticos naturales y culturales que se promocionan en el cantón Pelileo.					

11	Según su criterio determine el nivel de conocimiento de las actividades turísticas que se ofertan en el cantón Pelileo.					
----	---	--	--	--	--	--

12. Señale el atractivo turístico que usted visita con mayor frecuencia durante su estancia en el cantón Pelileo.

Cruz de Cotaló	Plaza Artesanal de Salasaca	Laguna La Moya	Feria del jean	Elaboración de muebles
1	2	3	4	5

IV. Señale con una X los siguientes enunciados considerando que:

Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
1	2	3	4	5

N°	DIMENSIÓN	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
CLIENTE						
13	Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de alojamiento que se oferta en el cantón Pelileo.					
14	Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de alimentación que se oferta en el cantón Pelileo.					
15	Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de transporte que se oferta en el cantón Pelileo.					
16	Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de guianza que se oferta en el cantón Pelileo.					

17. Señale el grado de importancia que tiene para usted que en el cantón Pelileo se oferten productos turísticos elaborados acorde a las necesidades de los turistas.

Nada importante	Poco importante	Moderadamente importante	Muy importante	Extremadamente importante
1	2	3	4	5

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4.- Encuesta de la variable dependiente: oferta



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

ENCUESTA
DIRIGIDA A: LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Katherine Agualongo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como objetivo recopilar información referente al proyecto de investigación denominado “PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es de carácter anónimo y confidencial, los datos obtenidos en ella son de uso exclusivo para la investigación.

Lea detenidamente y responda según su criterio los siguientes enunciados.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1*	Masculino		2*	Femenino	
----	-----------	--	----	----------	--

1. Indique su Género

2. Identifique su rango de edad

1*	18 – 25		2*	26 - 33		3*	34 - 41		4*	42 - 49		5*	Más de 50	
----	---------	--	----	---------	--	----	---------	--	----	---------	--	----	-----------	--

3. Indique su nivel de instrucción

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

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	CRITERIO	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
5	Según su criterio determine el grado de importancia que tiene la oferta turística en el desarrollo del turismo del cantón Pelileo.					
6	Según su criterio determine el grado de importancia que tiene el ofertar nuevos productos turísticos en el cantón Pelileo					

III. Señale con una X los siguientes enunciados considerando que:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
1	2	3	4	5

N°	DIMENSIÓN	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
SERVICIOS TURÍSTICOS						
7	El servicio de Alojamiento en el cantón Pelileo es:					
8	El servicio de Alimentación en el cantón Pelileo es:					
9	El servicio de Transporte en el cantón Pelileo es:					
10	El servicio de Guianza en el cantón Pelileo es:					
INFRAESTRUCTURA						
11	Las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón para ofertar turismo son:					
12	Los servicios básicos que posee el cantón Pelileo son:					
13	Las vía de acceso con las que cuenta el cantón Pelileo para acceder a los sitios turísticos son:					

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 5. Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable independiente:
Productos turísticos



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

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Daniel Guerrero Vaca

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Productos Turísticos”.

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

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

Sugerencias:

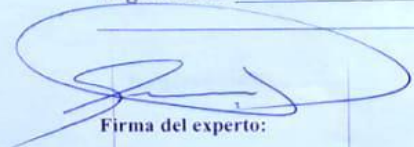

Firma del experto:



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Diego Calvopiña PhD

Título grados

PhD	(x)
Doctor	(x)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Productos Turísticos”.

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

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

Sugerencias: _____


Firma del experto: _____



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

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Paula Moreno

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Productos Turísticos”.

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

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

Sugerencias:


Firma del experto:

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Henry Villa

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente “Productos Turísticos”.

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

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

Sugerencias: _____

Firma del experto:

Anexo 6.- Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable dependiente: oferta



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Daniel Guerrero Vaca

Título grados	
PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:
 Universidad Nacional de Chimborazo
 Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Oferta”.

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

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

Sugerencias: _____

Firma del experto:



Carrera de Gestión Turística y Hotelera
 FACULTAD DE CIENCIAS
 POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

en movimiento

Apellidos y nombres del experto: Dr. Diego Calvopiña PhD

Título grados

PhD	(x)
Doctor	(x)
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Oferta”.

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

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

Sugerencias: _____

Firma del experto:

Campus Norte

Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano

Teléfonos: (593-3) 3730880 - Ext: 1406



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Paula Moreno

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(x)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Oferta”.

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

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

Sugerencias: _____


Firma del experto:



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Henry Villa

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en que labora:

Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/05/2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PRODUCTOS TURÍSTICOS Y OFERTA DEL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente “Oferta”.

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

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

Sugerencias:

Firma del experto:

Anexo 7.- Oficio dirigido al GAD Municipal de Pelileo

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

en movimiento
 **SGC**
SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Riobamba, 11 de julio de 2019
Oficio No. 524-CGTYH/T-2019.

Ingeniero
Leonardo Maroto
ALCALDE DE GAD MUNICIPAL PELILEO
Presente:

Estimado señor Alcalde:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo de la Dirección de Carrera de Gestión Turística y Hotelera/Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se entregue la información requerida a la Srta. Agualonga López Katherine Carolina estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo haga en virtud que el Sr. está realizando el proyecto de investigación titulado "**Productos Turísticos y oferta del cantón Pelileo provincia del Tungurahua**", por lo que requiere información para concluir con su proyecto previo a la obtención de su Título.

Por la acogida que se sirva dar al presente anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

 
Ing. Victor Velasco S. Dr.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH

Copia Archivo


GOBIERNO MUNICIPAL DE SAN PEDRO DE PELILEO
SECRETARÍA GENERAL
12 JUL. 2019
REGISTRO

Campus Norte | Av. Antonio José de Sucre, Km 1 ½ vía a Guano | Teléfonos (593-3) 3730880 - Ext: 1406

Anexo 8.- Oficio de aceptación del GAD Municipal de Pelileo para el desarrollo de la investigación



G.A.D. MUNICIPAL DEL CANTÓN
**SAN PEDRO DE
PELILEO**

**DEPARTAMENTO DE
DESARROLLO DE LA COMUNIDAD**
CULTURA, DEPORTES, TURISMO, RECREACIÓN, ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Pelileo, 31 de julio de 2019
Oficio No. 036-T

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

Reciba un cordial saludo. En referencia a Oficio No. 524-CGTYH/T-2019 tengo a bien indicar que esta unidad acepta la solicitud de entregar información turística a la Srta. Agualongo López Katherine Carolina estudiante de la UNACH para su proyecto de investigación titulado: “Productos Turísticos y oferta del cantón Pelileo provincia de Tungurahua”.

Manifiesto la total predisposición de apoyar este proyecto académico en beneficio de la colectividad.

Atentamente,



Ing. Enrique Mayorga
UNIDAD DE TURISMO GADMCSPP

Anexo 10.- Resultados de la variable independiente: Productos turísticos

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Indique su género

Tabla 1. Género de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	93	41.2	41.2	41.2
	Femenino	133	58.8	58.8	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

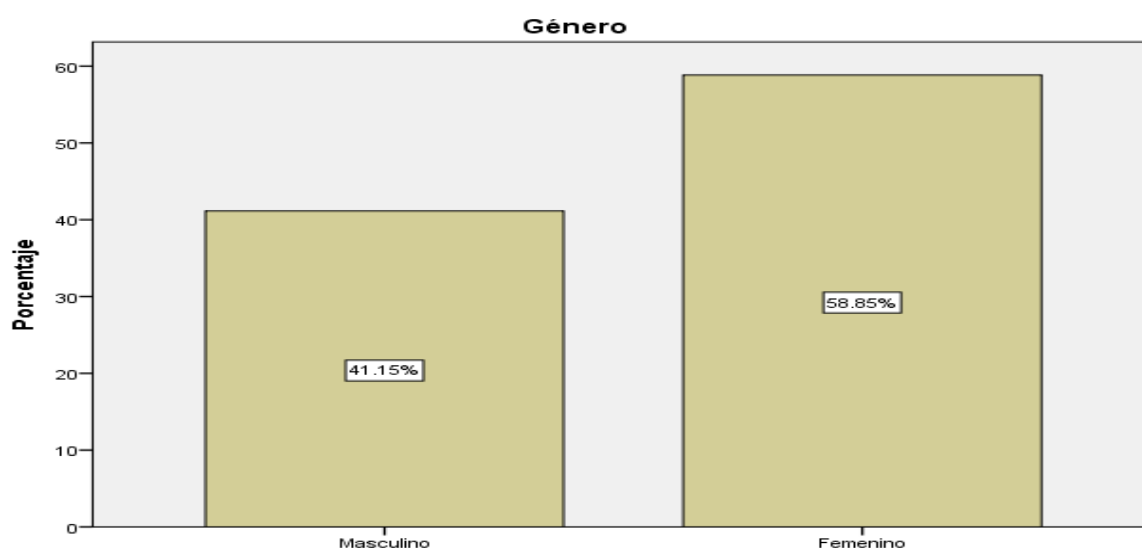


Gráfico 1. Género

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al género de los turistas, se pudo observar que el 58,85% que realizaron la encuesta corresponden al género femenino y el 41,15% restante corresponde al género masculino. Se concluye que el mayor porcentaje de turistas que es el 58,85% corresponde al género femenino que visita el cantón Pelileo.

2. Identifique su rango de edad

Tabla 2. Edad de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 25	23	10.2	10.2	10.2
	26 - 33	89	39.4	39.4	49.6
	34 - 41	83	36.7	36.7	86.3
	42 - 49	23	10.2	10.2	96.5
	Más de 50	8	3.5	3.5	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

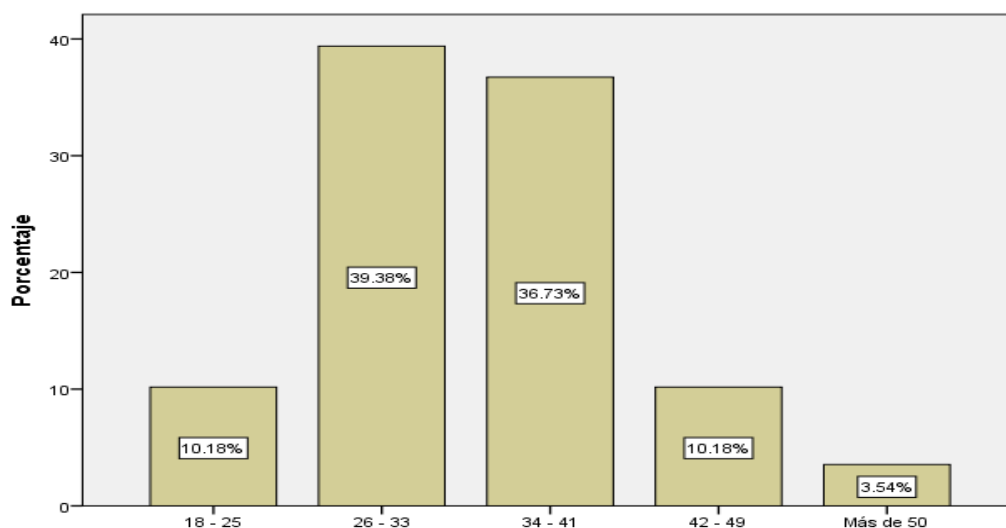


Gráfico 2. Edad de los turistas

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

La edad promedio de los turistas que visitan el cantón Pelileo es de 26–33 años que corresponde al 39.38%, mientras que el 36,73% corresponde a los turistas de 34-41 años, el 10,18% pertenece a los turistas de 42-49, el 10,18% corresponde a los turistas de 18-25 años y el 3,54% pertenece a los turistas de más de 50 años. Se concluye que en su mayoría la edad de los turistas que visitan el cantón Pelileo es de 26-33 años que corresponde al 39,38%.

3. Indique su nivel de instrucción

Tabla 3. Nivel de instrucción de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	16	7,1	7,1	7,1
	Secundaria	77	34,1	34,1	41,2
	Técnico/Tecnológico	45	19,9	19,9	61,1
	Tercer nivel	87	38,5	38,5	99,6
	Cuarto nivel	1	,4	,4	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

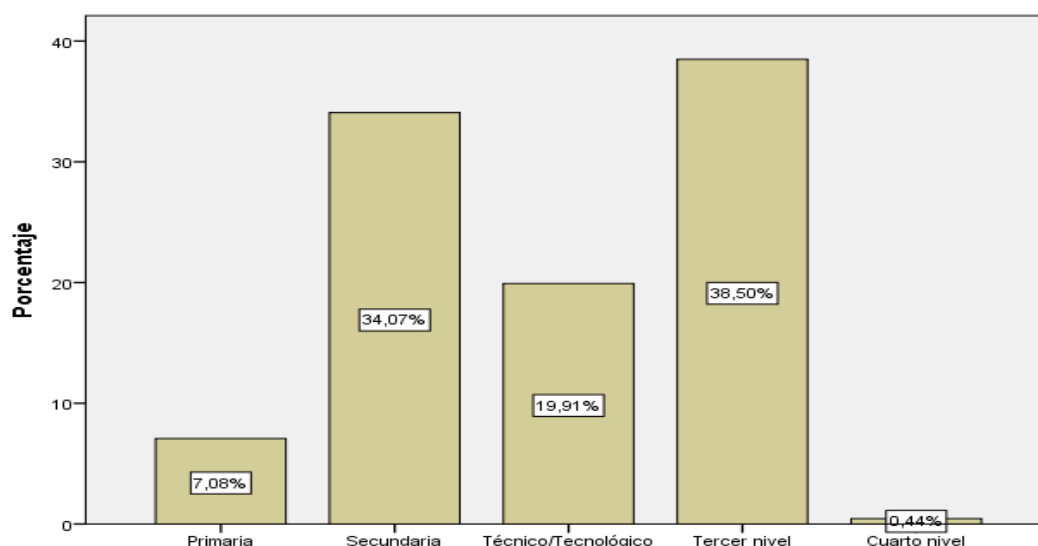


Gráfico 3. Nivel de instrucción

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se observó que el 38,50% de los turistas que visitan el cantón Pelileo tienen un nivel de instrucción del tercer nivel, el 34,07% tienen un nivel de instrucción secundaria, el 19,91% corresponde a los turistas que tienen una instrucción primaria y el 0,44% restante tienen una instrucción de cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje que es de 38,50% de turistas que visita el cantón Pelileo tienen un nivel de instrucción del tercer nivel.

4. Indique su lugar de procedencia

Tabla 4. Lugar de procedencia de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	22	9.7	9.7	9.7
	Sierra	199	88.1	88.1	97.8
	Oriente	4	1.8	1.8	99.6
	Internacional	1	.4	.4	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

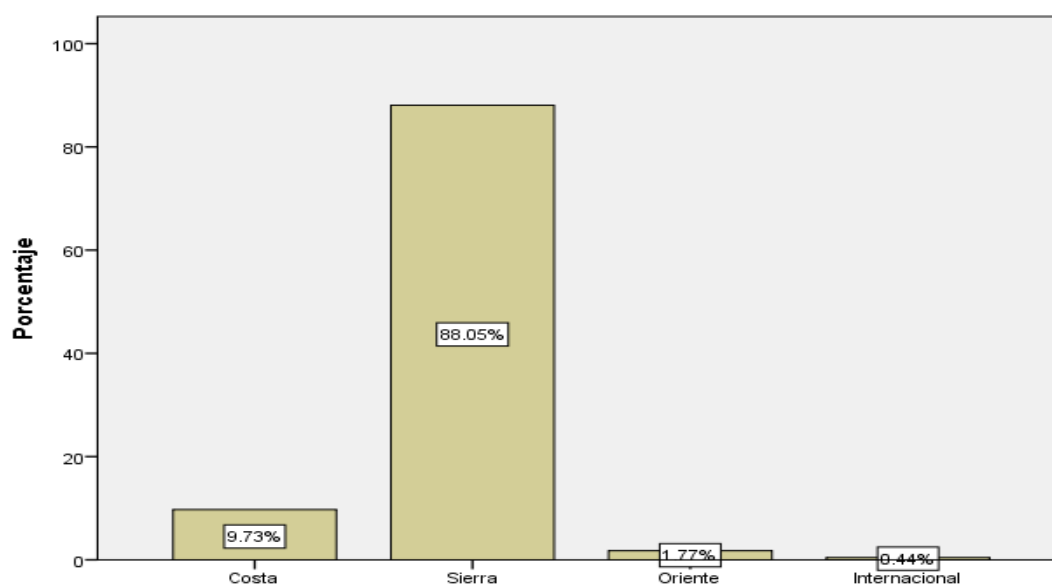


Gráfico 4. Nivel de instrucción

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al lugar de procedencia de los turistas que visitan el cantón Pelileo, se observó que el 88,05% de turistas visitan el cantón Pelileo proceden de la región Sierra, el 9,73% proceden de la región Costa, el 1,77% proceden del Oriente o Amazonía y el 0,44% restante son Internacionales. Se concluye que mayor parte de turistas que visitan el cantón Pelileo son procedentes de la región Sierra que representa el 88,05%.

5. Identifique su rango de ingresos mensuales

Tabla 5. Ingresos mensuales de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$194 - \$394	34	15,0	15,0	15,0
	\$395 - \$595	75	33,2	33,2	48,2
	\$596 - \$796	73	32,3	32,3	80,5
	\$796 - \$996	36	15,9	15,9	96,5
	\$997 o más	8	3,5	3,5	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

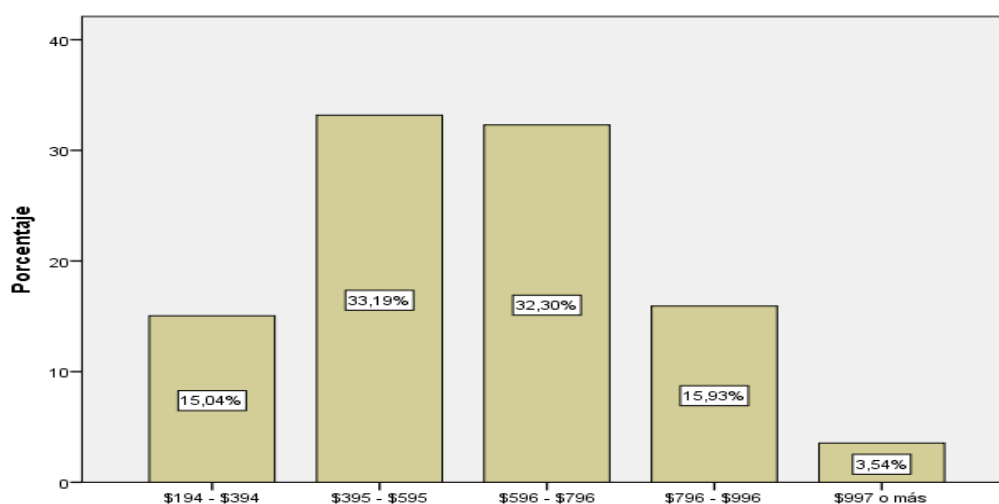


Gráfico 5. Ingresos mensuales de los turistas

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se observó que el 33,19% de los turistas encuestados tiene un rango de ingresos mensuales de \$395-\$595, mientras que el 32,30% tiene un rango de ingresos mensuales de \$596-796, seguido del 15,93% que tiene un rango de ingresos mensuales de \$796-\$996, el 15,04% tiene un rango de ingresos mensuales de \$194-\$394 y finalmente el 3,54% tiene un rango de ingresos mensuales de \$997 o más. Se concluye que la mayor parte de turistas que visita el cantón Pelileo tienen un rango de ingresos mensuales de \$395-\$595 que representa el 33,19%

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

6. Cuando viaja usted generalmente lo hace con:

Tabla 6. Con quien viajan los turistas generalmente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amigos	18	8.0	8.0	8.0
	Familia	166	73.5	73.5	81.4
	Solo	7	3.1	3.1	84.5
	En pareja	31	13.7	13.7	98.2
	Compañeros del ámbito laboral	4	1.8	1.8	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

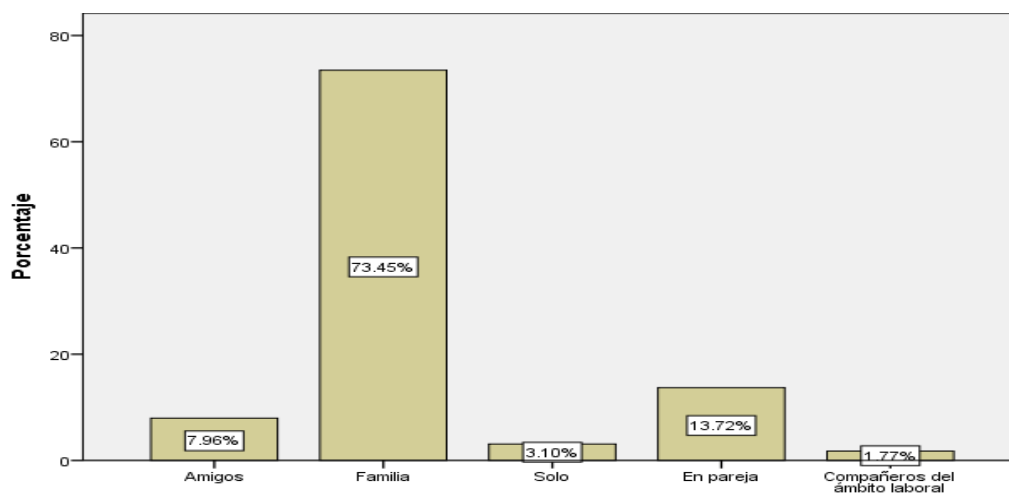


Gráfico 6. Con quien viajan los turistas generalmente

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto de con quien viajan los turistas generalmente cuando visitan el cantón Pelileo, se evidenció que el 73,45% viajan con su familia, el 13,72% en pareja, el 7,96% viaja con amigos, el 3,10% viajan solos y el 1,77% viajan con compañeros del ámbito laboral. Se concluye que la mayor parte de turistas que visitan el cantón Pelileo viajan generalmente con su familia que representa el 73,45%.

7. Señale la frecuencia con la que visita al cantón Pelileo.

Tabla 7. Frecuencia de visita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Una vez al mes	53	23,5	23,5	23,5
Una vez a los tres meses	31	13,7	13,7	37,2
Una vez a los seis meses	71	31,4	31,4	68,6
Una vez a los nueve meses	44	19,5	19,5	88,1
Una vez al año	27	11,9	11,9	100,0
Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

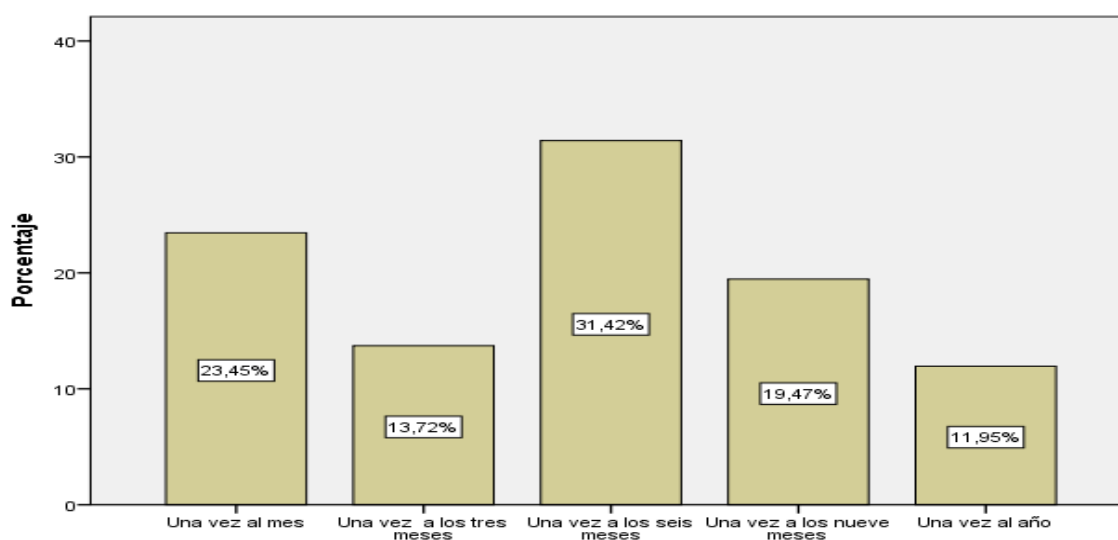


Gráfico 7. Frecuencia de visita

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

En lo que respecta a la frecuencia con la que los turistas visitan el cantón Pelileo se evidencio que el 31,42% lo visitan una vez a los seis meses, el 23,45% lo visitan una vez al mes, el 19,47% lo visitan una vez a los nueve meses, el 13,72% lo visitan una vez a los tres meses y el 11,95% lo visitan una vez al año. Se concluye que el mayor porcentaje de turistas que es el 31,42% visitan el cantón Pelileo una vez a los seis meses.

8. ¿Qué medios de comunicación utiliza generalmente para informarse de los servicios y productos turísticos del cantón Pelileo?

Tabla 8. Medios de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	4	1,8	1,8	1,8
	Radio	5	2,2	2,2	4,0
	Prensa	5	2,2	2,2	6,2
	Páginas web	39	17,3	17,3	23,5
	Redes Sociales	173	76,5	76,5	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

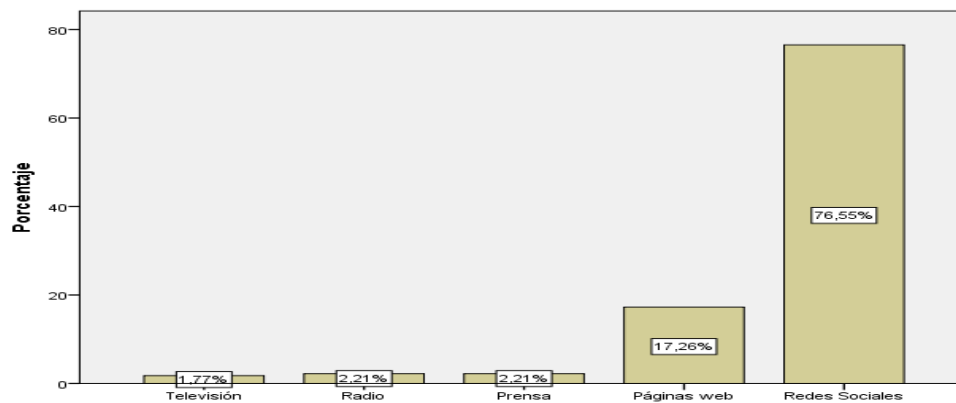


Gráfico 8. Medios de comunicación

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto a los medios de comunicación que utilizan los turistas para informarse de los productos y servicios turísticos del cantón Pelileo se observó que el 76,55% de turistas se informa a través de las redes sociales, el 17,26% se informa a través de páginas web, el 2,21% se informa a través de la prensa, el 2,21 % se informa a través de la radio, mientras que el 1,77% restante se informa a través de la televisión. Se concluye que el mayor porcentaje de turistas que es el 76,55% se informan de los productos y servicios turísticos del cantón Pelileo a través de las redes sociales.

III. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

9. Según su criterio determine el nivel de conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Pelileo.

Tabla 9. Conocimiento del atractivo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	47	20,8	20,8	20,8
	Algo	86	38,1	38,1	58,8
	Bastante	67	29,6	29,6	88,5
	Mucho	26	11,5	11,5	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

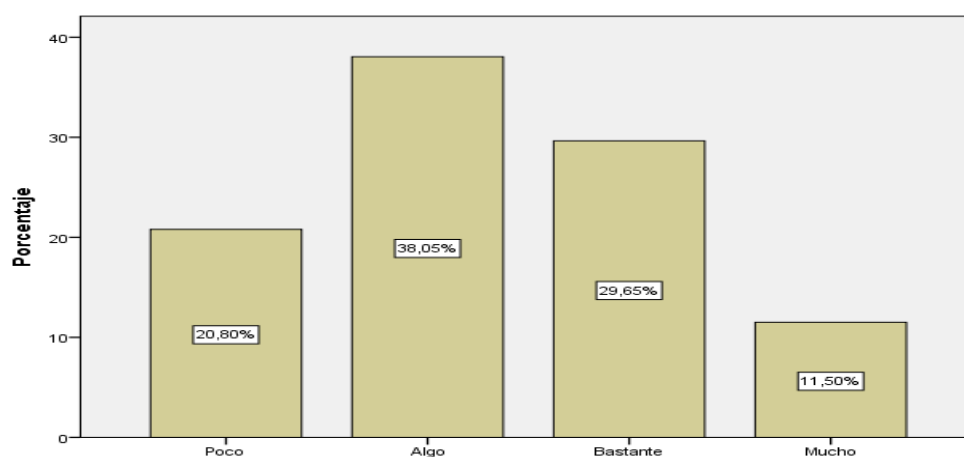


Gráfico 9. Conocimiento de los atractivos turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al nivel de conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Pelileo por parte de los turistas se observó que la mayor parte de turistas que corresponde al 38,05% conoce algo sobre los atractivos turísticos, seguido por el 29,65% que conoce bastante sobre los atractivos turísticos, por su parte el 20,80% conocen poco sobre los atractivos turísticos y finalmente el 11,50% conocen mucho sobre los atractivos turísticos del cantón Pelileo.

10. Señale su grado de satisfacción con respecto a los atractivos turísticos naturales y culturales que se promocionan en el cantón Pelileo.

Tabla 10. Grado de satisfacción de los turistas con respecto a los atractivos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	18	8,0	8,0	8,0
	Algo	72	31,9	31,9	39,8
	Bastante	98	43,4	43,4	83,2
	Mucho	38	16,8	16,8	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

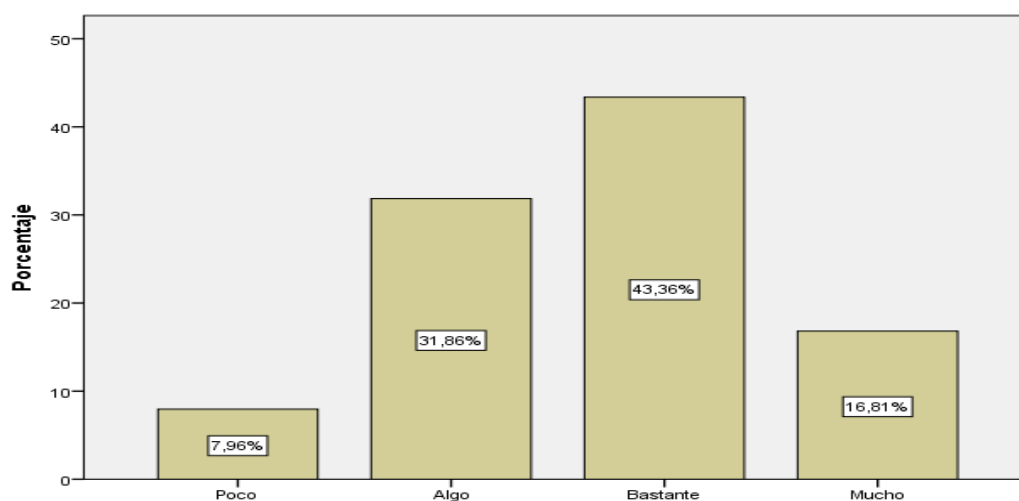


Gráfico 10. Grado de satisfacción de los turistas con respecto a los atractivos turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al grado de satisfacción de los atractivos turísticos naturales y culturales que existen en el cantón Pelileo por parte de los turistas se evidencio que el mayor porcentaje que es el 43,36% consideran que los tractivos turísticos son bastante satisfactorios, un 31,86% considera que son algo satisfactorios, por su parte el 16,81% considera que son muy satisfactorios y finalmente el 7,96% considera que son poco satisfactorios.

11. Según su criterio determine el nivel de conocimiento de las actividades turísticas que se ofertan en el cantón Pelileo.

Tabla 11. Nivel de conocimiento de las actividades turísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	4	1,8	1,8	1,8
Poco	22	9,7	9,7	11,5
Algo	108	47,8	47,8	59,3
Bastante	79	35,0	35,0	94,2
Mucho	13	5,8	5,8	100,0
Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

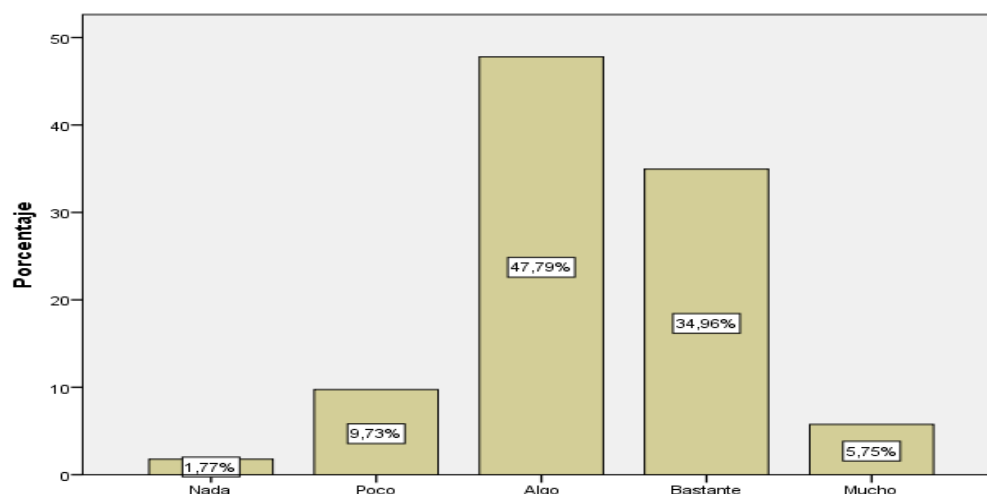


Gráfico 11. Nivel de conocimiento de las actividades turísticas

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se evidencia que el 47,79% de turistas manifiestan que tienen algo de conocimiento con respecto a las actividades turísticas que se ofertan en el cantón Pelileo, seguido por el 34,96% que manifiestan que tienen bastante conocimiento, mientras que el 9,73% manifiestan que tienen poco conocimiento, por su parte el 5,75% manifiestan que tienen mucho conocimiento y tan solo el 1,77% manifiestan que no tienen ningún conocimiento con respecto a las actividades turísticas.

12. Señale el atractivo turístico que usted visita con mayor frecuencia durante su estancia en el cantón Pelileo.

Tabla 12. Atractivo turístico visitado con mayor frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cruz de Cotaló	8	3,5	3,5	3,5
	Plaza artesanal de Salasaca	43	19,0	19,0	22,6
	Laguna La Moya	57	25,2	25,2	47,8
	Feria del jean	84	37,2	37,2	85,0
	Feria del mueble	34	15,0	15,0	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

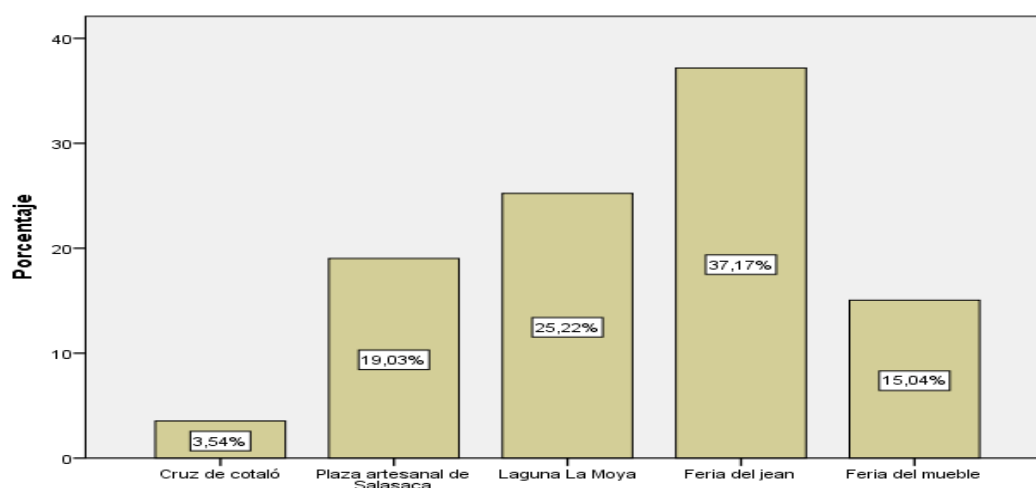


Gráfico 12. Atractivo turístico visitado con mayor frecuencia

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se evidencio que el 37,17% de los turistas manifiestan que el atractivo turístico que visitan con mayor frecuencia es la feria del jean, seguido por el 25,22% que visitan con mayor frecuencia la laguna La Moya, mientras que un 19,03% que visitan con mayor frecuencia la plaza artesanal de Salasaca, por su parte el 15,04% visitan con mayor frecuencia la feria del mueble y finalmente el 3,54% restante visitan con mayor frecuencia la Cruz de Cotaló.

IV. CLIENTE

13. Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de alojamiento que se oferta en el cantón Pelileo.

Tabla 13. Servicio de alojamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	3	1,3	1,3	1,3
Poco	25	11,1	11,1	12,4
Algo	103	45,6	45,6	58,0
Bastante	77	34,1	34,1	92,0
Mucho	18	8,0	8,0	100,0
Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

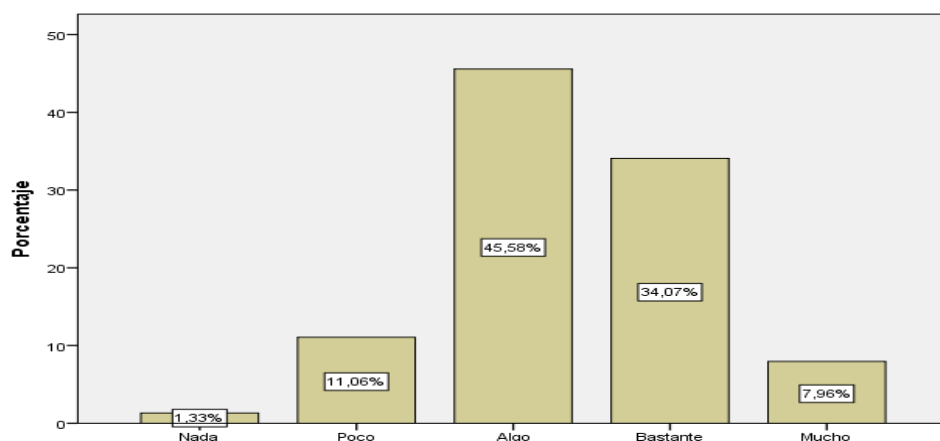


Gráfico 13. Servicio de alojamiento

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al grado de satisfacción que tienen los turistas del servicio de alojamiento ofertado en el cantón Pelileo el 45,58% considera que el servicio es algo satisfactorio, seguido del 34,07% que considera que el servicio es bastante satisfactorio, mientras que el 11,06% considera que el servicio es poco satisfactorio, por su parte el 7,96% considera que el servicio es muy satisfactorio y el 1,33% restante considera que el servicio es nada satisfactorio.

14. Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de alimentación que se oferta en el cantón Pelileo.

Tabla 14. Servicio de alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	7	3,1	3,1	3,1
	Algo	34	15,0	15,0	18,1
	Bastante	85	37,6	37,6	55,8
	Mucho	100	44,2	44,2	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

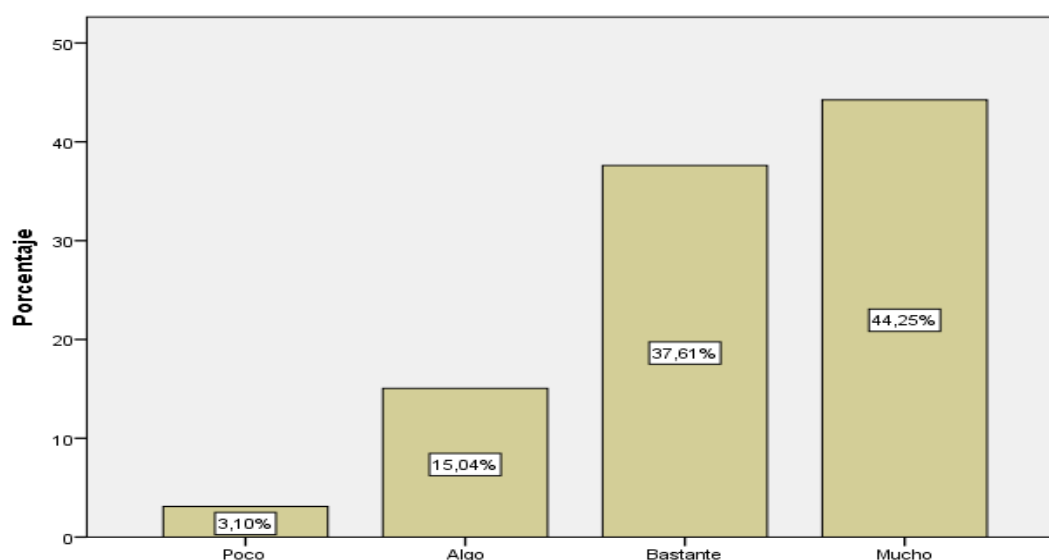


Gráfico 14. Servicio de alimentación

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

En lo que se refiere al grado de satisfacción de los turistas con respecto al servicio de alimentación que se oferta en el cantón Pelileo se observó que el 44,25% considera que el servicio es muy satisfactorio, seguido del 37,61% que considera que el servicio es bastante satisfactorio, por su parte el 15,04 consideran que el servicio es algo satisfactorio y mientras que el 3,10% considera que el servicio es poco satisfactorio.

15. Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de transporte que se oferta en el cantón Pelileo.

Tabla 15. Servicio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	9	4,0	4,0	4,0
	Poco	64	28,3	28,3	32,3
	Algo	88	38,9	38,9	71,2
	Bastante	51	22,6	22,6	93,8
	Mucho	14	6,2	6,2	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

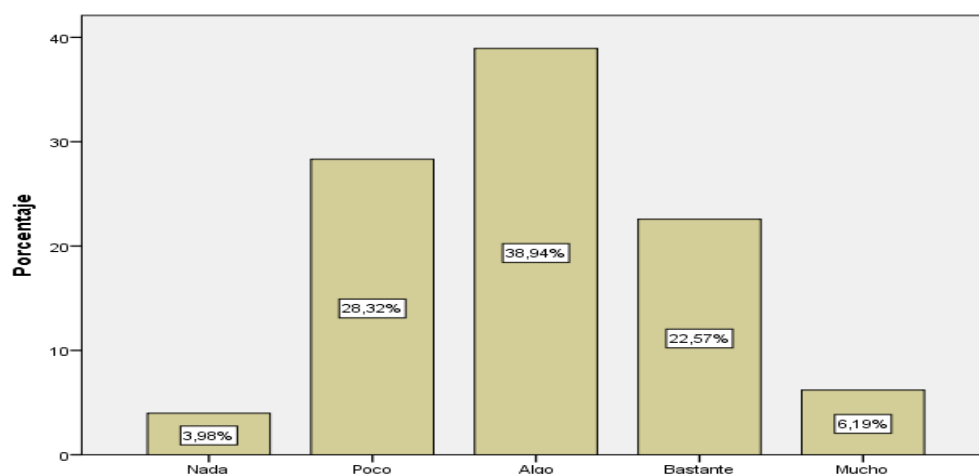


Gráfico 15. Servicio de transporte

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con relación al grado de satisfacción que tienen los turistas con respecto al servicio de transporte que se oferta en el cantón Pelileo se evidencio que el mayor porcentaje de turistas que representa el 38,94% consideran que el servicio es algo satisfactorio, seguido del 28,32% que consideran que el servicio es poco satisfactorio, mientras que el 22,57% considera que el servicio es bastante satisfactorio, por su parte el 6,19% considera que el servicio es muy satisfactorio y el 3,98% restante considera que el servicio es nada satisfactorio.

16. Señale su grado de satisfacción con respecto al servicio de guianza que se oferta en el cantón Pelileo.

Tabla 16. Servicio de guianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	33	14,6	14,6	14,6
	Poco	106	46,9	46,9	61,5
	Algo	54	23,9	23,9	85,4
	Bastante	31	13,7	13,7	99,1
	Mucho	2	,9	,9	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

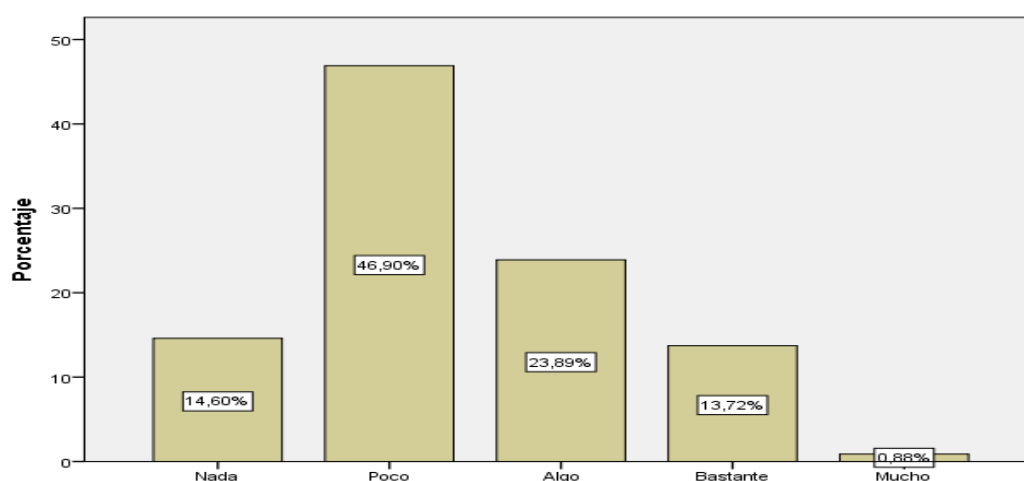


Gráfico 16. Servicio de guianza

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al grado de satisfacción que tienen los turistas del servicio de guianza que se oferta en el cantón Pelileo se evidencio que la mayor parte de turistas representado por el 46,90% consideran que el servicio es poco satisfactorio, seguido del 23,89% que consideran que el servicio es algo satisfactorio, mientras que el 14,60% consideran que el servicio es nada satisfactorio, por su parte el 13,72% considera que el servicio es bastante satisfactorio y tan solo el 0,88% restante considera que el servicio es muy satisfactorio.

17. Señale el grado de importancia que tiene para usted que en el cantón Pelileo se oferten productos turísticos elaborados acorde a las necesidades de los turistas.

Tabla 17. Grado de importancia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco importante	2	,9	,9	,9
	Moderadamente importante	14	6,2	6,2	7,1
	Muy importante	82	36,3	36,3	43,4
	Extremadamente importante	128	56,6	56,6	100,0
	Total	226	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

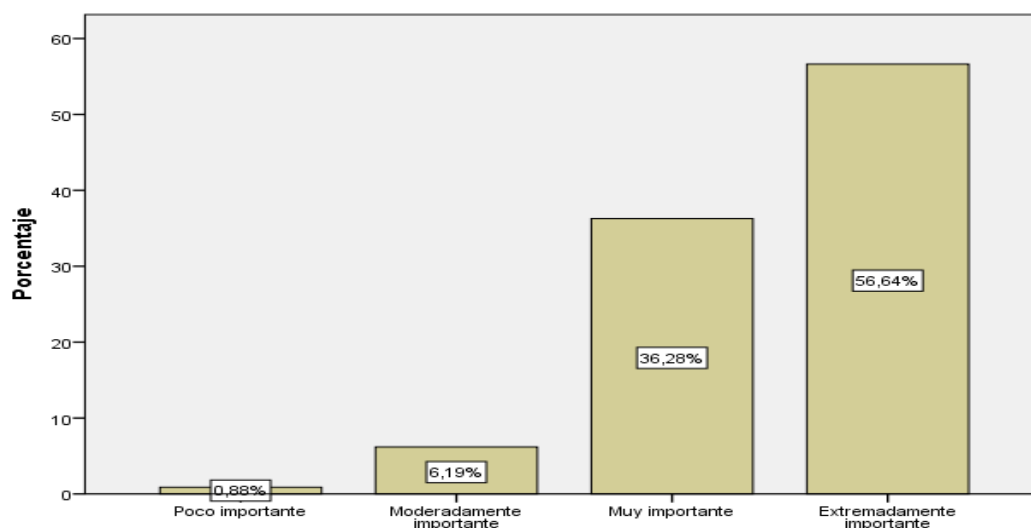


Gráfico 17. Grado de importancia

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto a la importancia que tiene para los turistas que en el cantón Pelileo se oferten productos turísticos elaborados acorde a sus necesidades se observó que el mayor porcentaje de turistas que corresponde al 56,64% considera que es extremadamente importante, seguido por el 36,28% que lo considera muy importante, por su parte el 6,19% considera que es moderadamente importante y tan solo el 0,88% restante lo considera poco importante.

Anexo 11.- Resultados de la variable dependiente: Oferta

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Indique su género

Tabla 18. Género de los prestadores de servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	18	58.1	58.1	58.1
	Femenino	13	41.9	41.9	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

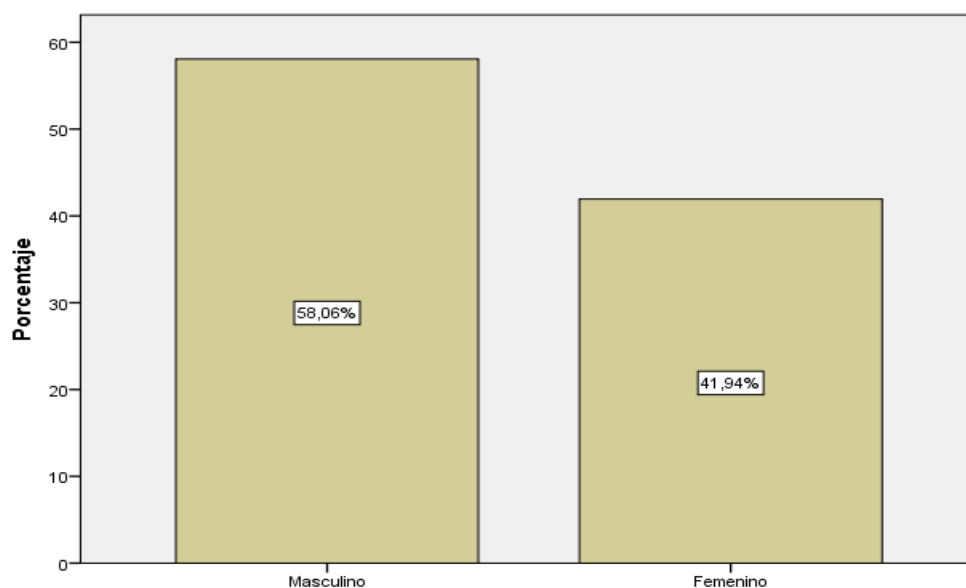


Gráfico 18. Género de los prestadores de servicios

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al género de los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo se evidenció el 58,06% corresponde al género masculino y el 41,94% restante corresponde al género femenino. Se concluye el mayor porcentaje corresponde al 58,06% con género masculino.

2. Identifique su rango de edad

Tabla 19. Edad de los prestadores de servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 25	1	3.2	3.2	3.2
	26 - 33	3	9.7	9.7	12.9
	34 - 41	13	41.9	41.9	54.8
	42 - 49	12	38.7	38.7	93.5
	Más de 50	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

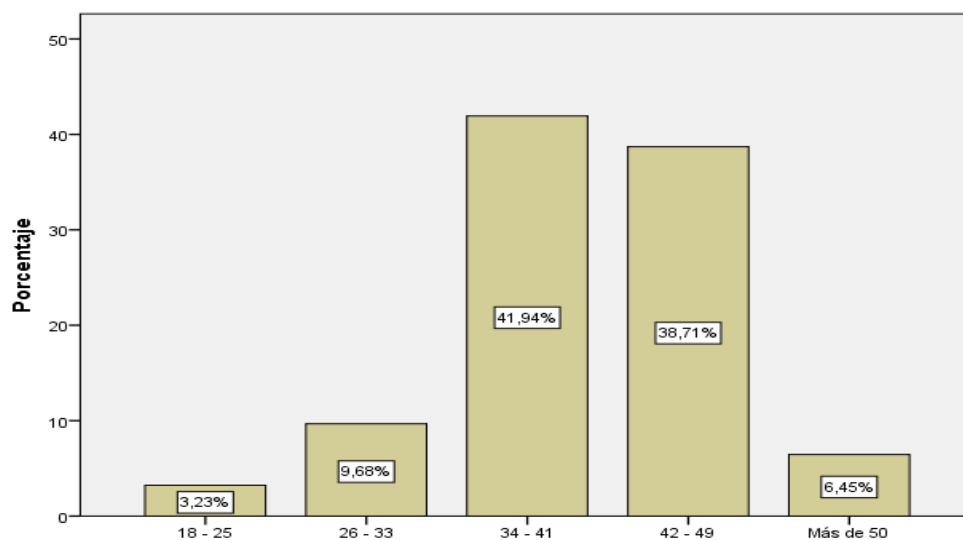


Gráfico 19. Edad de los prestadores de servicios

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

La edad promedio de los prestadores de servicios turísticos es de 34-41 años que corresponde al 41,94%, seguido del 38,71% que corresponde a los prestadores de 42-49 años, mientras que el 9,68% tiene entre 26- 63 años, por su parte el 6,45% corresponde a los prestadores que tienen más de 50 años y finalmente el 3,23% restante tiene entre 18 – 23 años. Se concluye que el mayor porcentaje que es el 41,94% corresponde a los prestadores de servicios turísticos que tienen entre 34-41 años.

3. Indique su nivel de instrucción

Tabla 20. Nivel de instrucción de los prestadores de servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	9	29.0	29.0	29.0
	Técnico/Tecnológico	5	16.1	16.1	45.2
	Tercer nivel	16	51.6	51.6	96.8
	Cuarto nivel	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

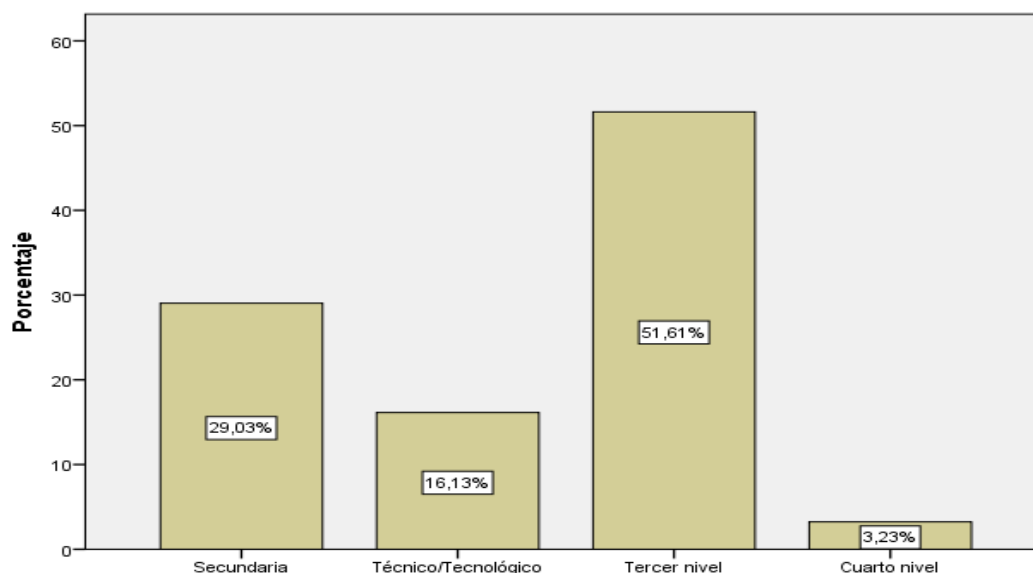


Gráfico 20. Nivel de instrucción de los prestadores de servicios

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se observó que el 51,61% de los prestadores de servicios turísticos del cantón Pelileo tienen un nivel de instrucción del tercer nivel, un 29,03% tienen un nivel de instrucción secundaria, mientras que el 16,13% corresponde los que tienen una instrucción técnica y finalmente el 3,23% restante tiene una instrucción de cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje que corresponde al 51,61% tiene un nivel de instrucción del tercer nivel.

I. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4. Según su criterio determine el grado de importancia que tiene la oferta turística en el desarrollo del turismo del cantón Pelileo.

Tabla 21. Importancia de la oferta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	9	29,0	29,0	29,0
	Mucho	22	71,0	71,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

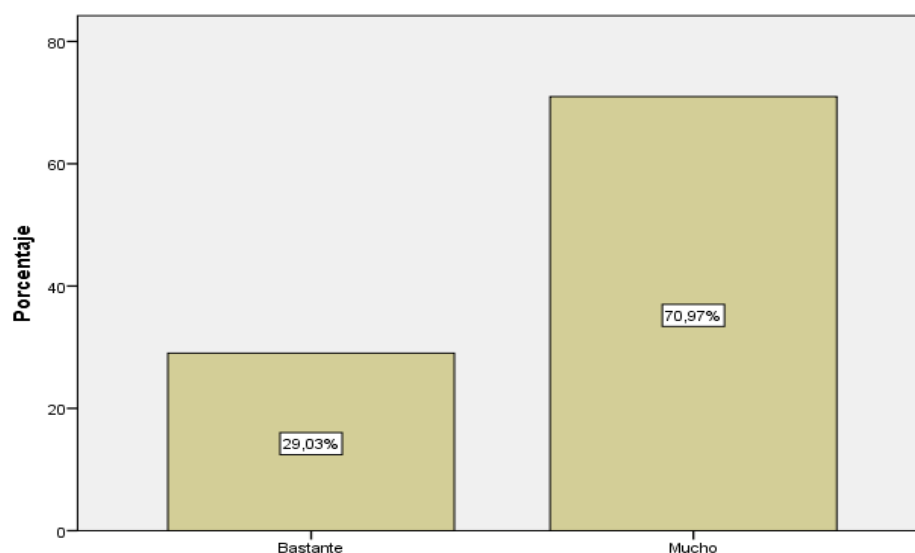


Gráfico 21. Importancia de la oferta

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Según el criterio de los prestadores de servicios turísticos con respecto a la importancia de la oferta turística en el desarrollo del turismo del cantón Pelileo, la mayor parte de los prestadores que corresponde al 70,97% considera que la oferta es muy importante en el desarrollo del turismo y el 29,03% restante considera que la oferta es bastante importante en el desarrollo del turismo del cantón Pelileo.

5. Según su criterio determine el grado de importancia que tiene el ofertar nuevos productos turísticos en el cantón Pelileo.

Tabla 22. Oferta de productos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	9	29,0	29,0	29,0
	Mucho	22	71,0	71,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

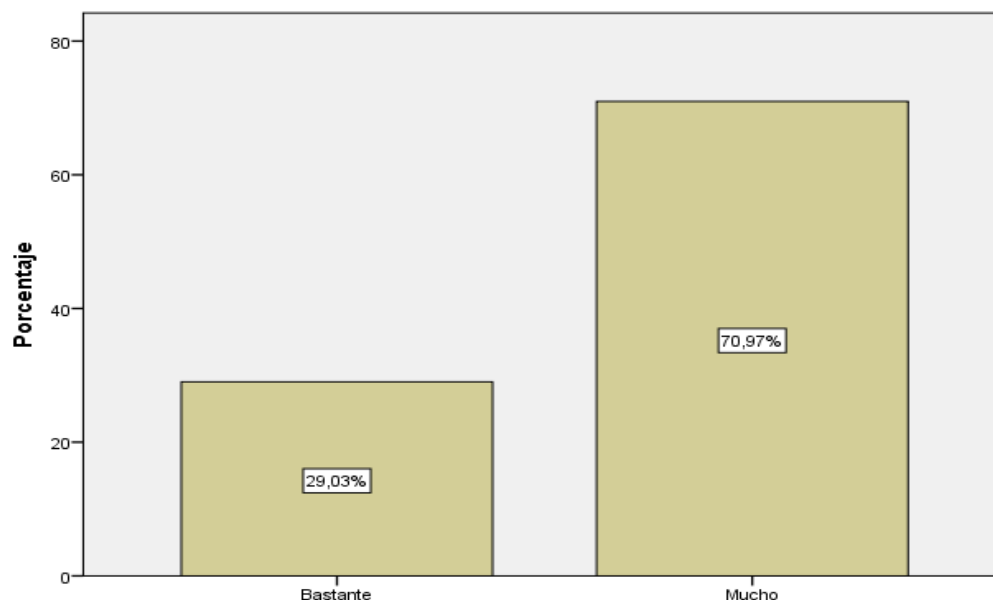


Gráfico 22. Oferta de productos turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

El mayor porcentaje que corresponde al 70,97% de los prestadores de servicios considera que es de mucha importancia ofertar nuevos productos turísticos en el cantón Pelileo y el 29,03% lo considera bastante importante.

II. SERVICIOS TURÍSTICOS

6. El servicio de Alojamiento en el cantón Pelileo es:

Tabla 23. Servicio de alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3.2	3.2	3.2
	Regular	5	16.1	16.1	19.4
	Bueno	17	54.8	54.8	74.2
	Muy bueno	7	22.6	22.6	96.8
	Excelente	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

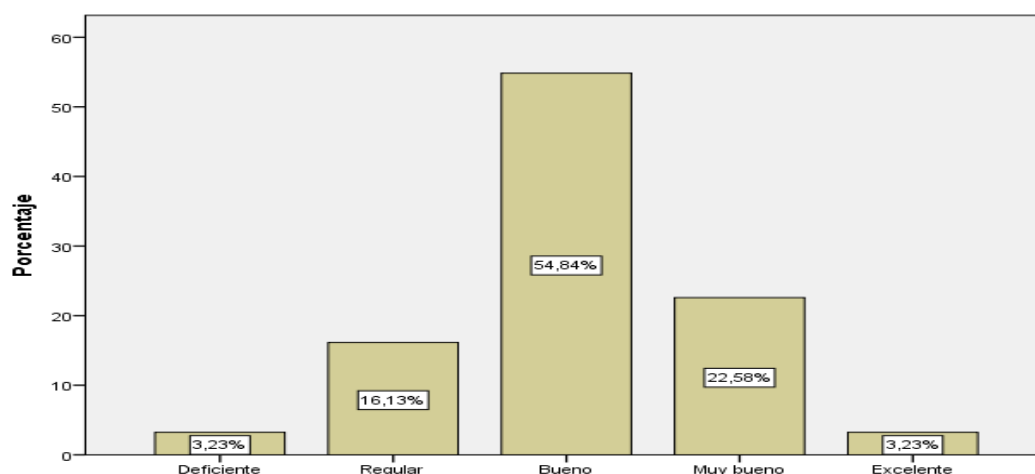


Gráfico 23. Servicio de alojamiento

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

De acuerdo a las opiniones vertidas de los prestadores de servicios turísticos con respecto al servicio de alojamiento, el mayor porcentaje que corresponde al 54,84% considera que el servicio es bueno, seguido del 22,58 que lo considera muy bueno, mientras que el 16,13% lo considera regular, el 3,23% lo considera excelente y el 3,23% restante lo considera deficiente.

7. El servicio de Alimentación en el cantón Pelileo es:

Tabla 24. Servicio de alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3.2	3.2	3.2
	Regular	1	3.2	3.2	6.5
	Bueno	11	35.5	35.5	41.9
	Muy bueno	9	29.0	29.0	71.0
	Excelente	9	29.0	29.0	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

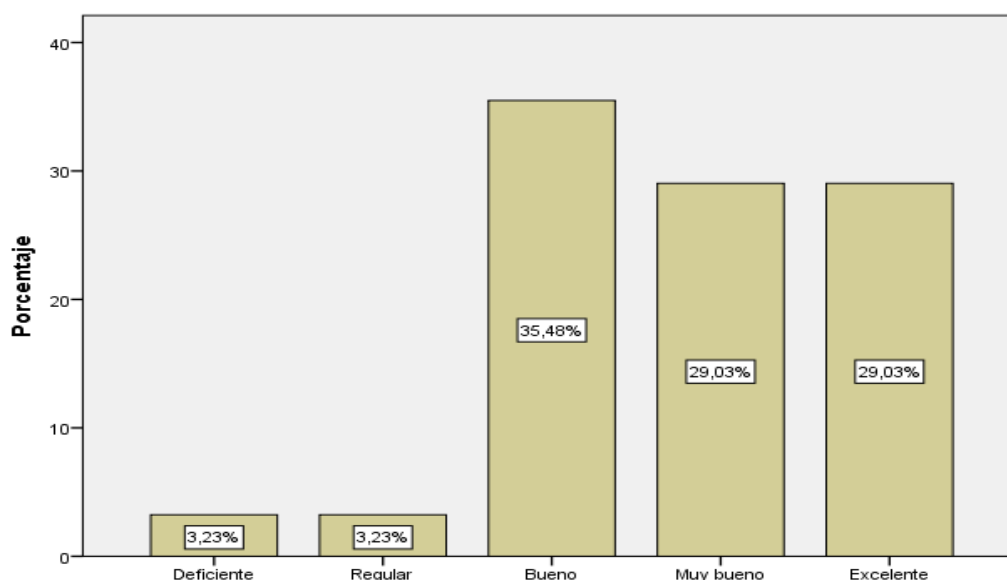


Gráfico 24. Servicio de alimentación

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto al servicio de alimentación se evidenció que el mayor porcentaje de prestadores de servicios turísticos que corresponde al 35,48% considera que el servicio es bueno, seguido del 29,03% que lo considera muy bueno, el 29,03% lo considera excelente mientras que el 3,23% lo considera Regular y finalmente el 3,23% restante lo considera deficiente.

8. El servicio de Transporte en el cantón Pelileo es:

Tabla 25. Servicio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3.2	3.2	3.2
	Regular	11	35.5	35.5	38.7
	Bueno	14	45.2	45.2	83.9
	Muy bueno	3	9.7	9.7	93.5
	Excelente	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

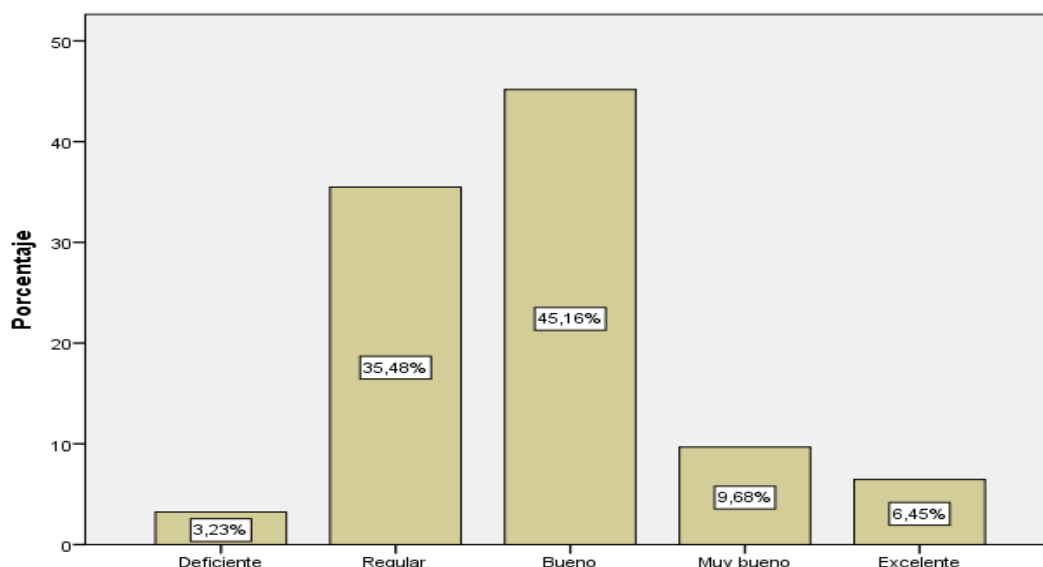


Gráfico 25. Servicio de transporte

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se observó que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios turísticos que corresponde al 45,16% considera al servicio de transporte que se oferta en el cantón Pelileo como bueno, seguido del 35,48% que lo considera regular, mientras que el 9,68% lo considera muy bueno, por su parte el 6,45% lo considera excelente y el 3,23% restante lo considera deficiente.

9. El servicio de Guianza en el cantón Pelileo es:

Tabla 26. Servicio de guianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	13	41.9	41.9	41.9
	Regular	13	41.9	41.9	83.9
	Bueno	2	6.5	6.5	90.3
	Muy bueno	3	9.7	9.7	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

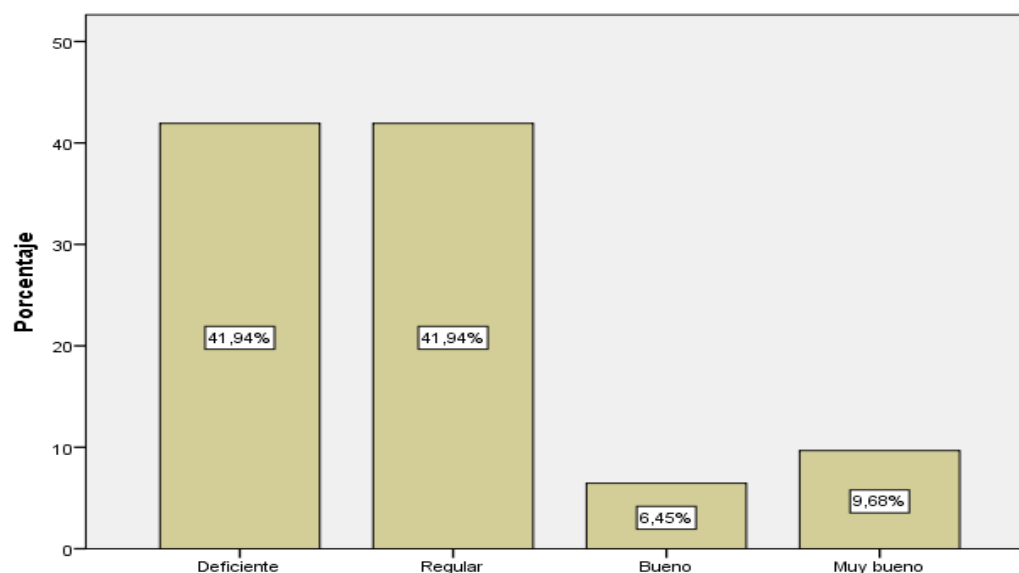


Gráfico 26. Servicio de guianza

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se evidenció que los dos mayores porcentajes de los prestadores de servicios turísticos que corresponden a un 41,94% consideran que el servicio de guianza es regular y deficiente, seguido del 9,68% que lo considera muy bueno y el 6,45% restante lo considera bueno.

III. INFRAESTRUCTURA

10. Las condiciones de las facilidades turísticas que posee el cantón para ofertar turismo son:

Tabla 27. Facilidades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	6.5	6.5	6.5
	Regular	7	22.6	22.6	29.0
	Bueno	16	51.6	51.6	80.6
	Muy bueno	6	19.4	19.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

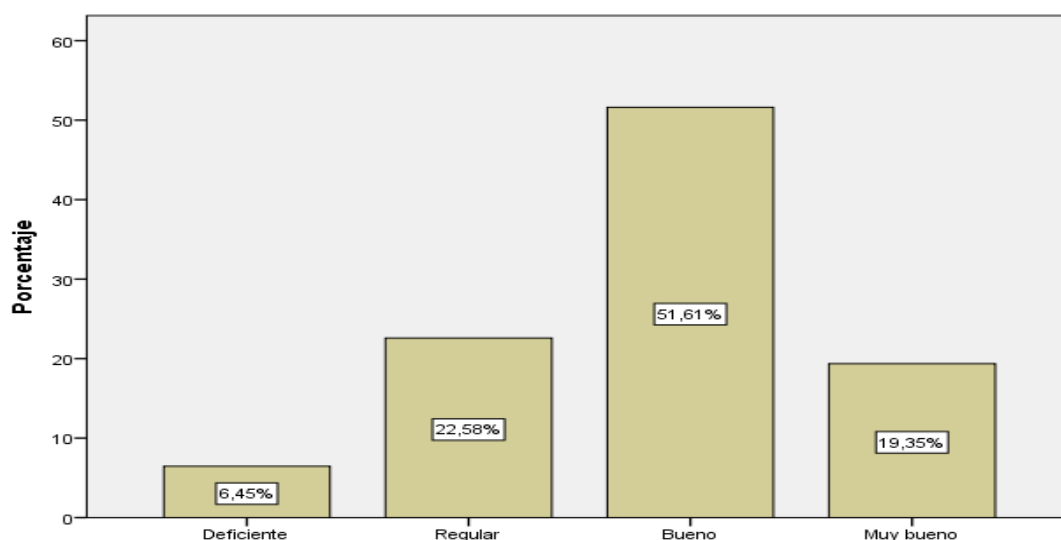


Gráfico 27. Facilidades turísticas

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Con respecto a las facilidades turísticas que existen en el cantón Pelileo, se observó que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios turísticos que corresponde al 51,61% lo considera como buena, seguido del 22,58% que la considera regular, mientras que el 19,35 las considera muy buena y el 6,45% restante la considera deficiente.

11. Los servicios básicos que posee el cantón Pelileo son:

Tabla 28. Servicios básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	35.5	35.5	35.5
	Bueno	8	25.8	25.8	61.3
	Muy bueno	10	32.3	32.3	93.5
	Excelente	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

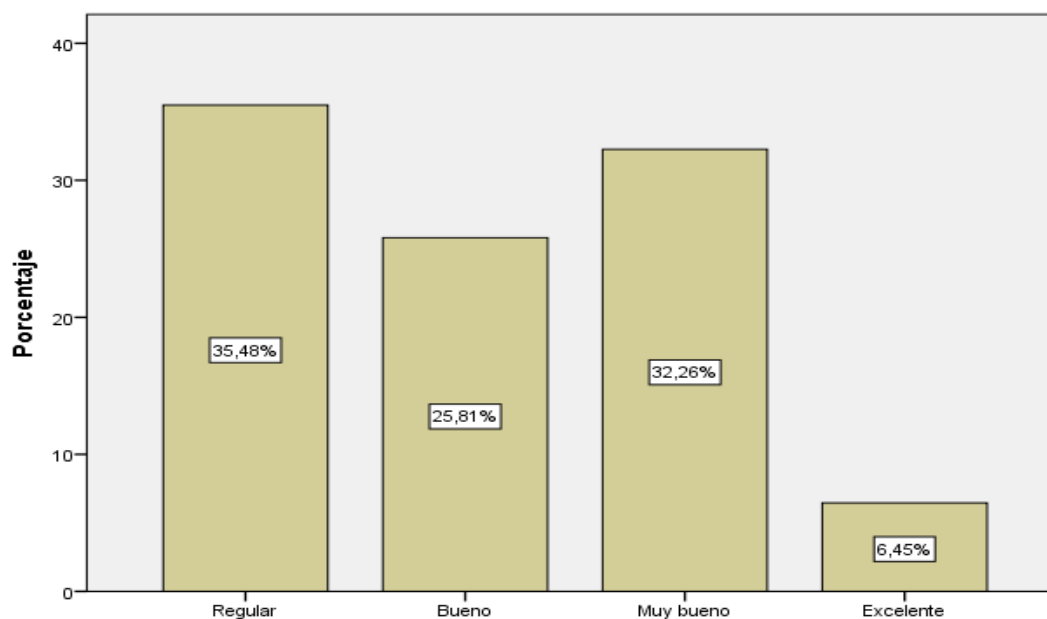


Gráfico 28. Servicios básicos

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

En lo que se refiere a los servicios básicos existentes en el cantón Pelileo, se observó que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios turísticos que corresponde al 35,48% considera que los servicios básicos son regulares, seguido del 32,26% que los considera muy buenos, mientras que el 25,81% los considera buenos y el 6,45% restante los considera excelentes.

12. Las vías de acceso con las que cuenta el cantón Pelileo para acceder a los sitios turísticos son:

Tabla 29. Vías de acceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	3.2	3.2	3.2
	Regular	5	16.1	16.1	19.4
	Bueno	5	16.1	16.1	35.5
	Muy bueno	12	38.7	38.7	74.2
	Excelente	8	25.8	25.8	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

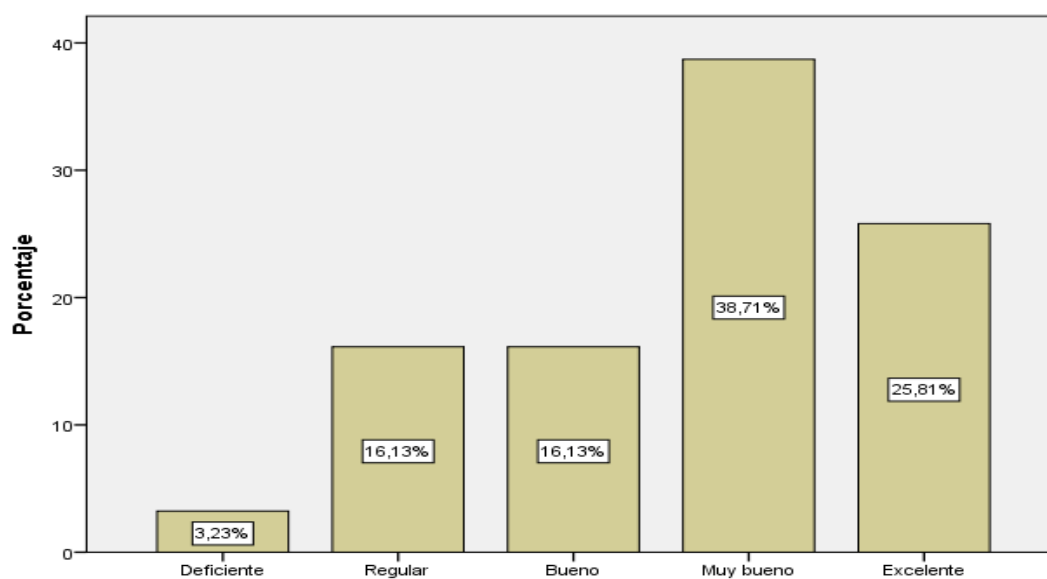


Gráfico 29. Vías de acceso

Fuente: Encuesta aplicada a los prestadores de servicios en el cantón Pelileo, Julio 2019

Elaborado por: Agualongo, K. 2019

Se observó que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios turísticos que corresponde al 38,71% considera a las vías de acceso como muy buenas, seguido del 25,81% que las considera excelentes, por su parte el 16,13% lo considera como buenas, el otro 16,13% las considera como regulares y el 3,23% restante las considera como deficientes.