

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

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

TRABAJO DE TITULACIÓN

“OFERTA Y DESARROLLO DE LAS RUTAS TURÍSTICAS EN LA RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO”

Autora:

Ana Gabriela Ortiz Sotelo

Tutor:

Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

Riobamba - Ecuador

2020

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade certifico que el presente proyecto de investigación titulado **“OFERTA Y DESARROLLO DE LAS RUTAS TURÍSTICAS EN LA RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO”** previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera, ha sido realizado por la señorita Ana Gabriela Ortiz Sotelo, 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 en cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,



Dr. Diego Calvopiña Andrade

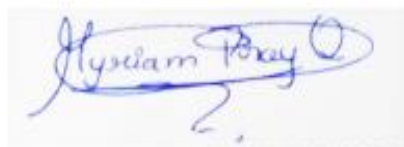
TUTOR

Riobamba, 08 de mayo del 2020.

CERTIFICADO

El Ministerio del Ambiente a través de la Dirección Provincial de Chimborazo, Reserva de Producción de fauna Chimborazo emite el siguiente **Certificado** a la estudiante **Ana Gabriela Ortiz Sotelo** con cédula de ciudadanía 172380501-4 por haber realizado su proyecto de investigación titulado **"Oferta y desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo"**, desarrollado con el asesoramiento y facilitación de información del equipo técnico del área protegida, proceso iniciado a partir del 27 de enero 2020.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.



Ing. Myriam Piray Quezada.
ADMINISTRADORA DE LA RESERVA
DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO



CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal del trabajo de investigación titulado “**OFERTA Y DESARROLLO DE LAS RUTAS TURÍSTICAS EN LA RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO**”, presentado por: Ana Gabriela Ortiz Sotelo y dirigido por el Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade.

Luego de escuchar la defensa oral y revisado el informe final del presente proyecto de investigación con fines de culminar los estudios con el que se constata el acatamiento de las observaciones efectuadas, 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:

Hector Germàn Pacheco

Sanunga

Presidente del tribunal.



Margoth Isabel Cali Pereira.

Miembro del tribunal.



Daniel Marcelo Guerrero Vaca

Miembro del tribunal.



AUTORIA DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de investigación corresponde exclusivamente a: Ana Gabriela Ortiz Sotelo (Autor), Dr. Diego Mauricio Andrade Calvopiña en calidad de (Tutor) y la contribución del contenido intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.

Ana Gabriela Ortiz Sotelo

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este proyecto a:

Dios por ser mi guía, por darme la sabiduría y perseverancia de cumplir mis metas.

Con mucho cariño a mi tía Flor Medina por brindarme su apoyo incondicionalmente, a mi madre Mónica y mi hermano Juan por fomentarme el deseo de superación.

Mi esposo Denny y mi hijo Damián, mi gran motivación, su amor para mi es invaluable y sin tu ayuda no habría logrado este éxito. Te Amo.

Ana Gabriela Ortiz Sotelo

AGRADECIMIENTO

Agradecida infinitamente con **Dios** por bendecirme cada día, hora, minutos y segundos.

De manera especial a mi esposo y mi familia por todo el apoyo brindado en este largo tiempo de carrera universitaria.

A mi tutor de tesis, por haberme guiado en toda esta etapa, y a todos los docentes; a la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme sus puertas y enriquecerme en conocimientos.

Ana Gabriela Ortiz Sotelo

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------|
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR | 2 |
| CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL | 3 |
| AUTORIA DE INVESTIGACIÓN | i |
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| ÍNDICE GENERAL..... | iv |
| LISTA DE CUADROS..... | viii |
| LISTA DE TABLAS | ix |
| LISTA DE GRÁFICOS..... | x |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT..... | xii |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO I: 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..... | 5 |
| 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..... | 6 |
| 1.5.1. Hipótesis general | 6 |
| 1.5.2. Hipótesis Específicas..... | 6 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 7 |
| 2.1. Antecedentes de investigación | 7 |
| 2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación | 9 |
| 2.2.1. Epistemología de oferta turística | 9 |
| 2.2.2. Epistemología de desarrollo turístico..... | 10 |

| | |
|---|-----|
| 2.3. Estado del arte | 11 |
| 2.3.1. Oferta turística..... | 11 |
| 2.3.2. Desarrollo turístico | 12 |
| 2.4. Bases teóricas..... | 14 |
| 2.4.1. Enfoque teórico de la variable independiente: Oferta turística | 14 |
| 2.4.1.1. Producto turístico | 14 |
| 2.4.1.2. Servicio turístico | 14 |
| 2.4.1.3. Destinos turísticos | 14 |
| 2.4.1.4. Atractivos turísticos..... | 15 |
| 2.4.2.1. Desarrollo turístico..... | 17 |
| 2.4.2.2. Interpretación ambiental | 18 |
| 2.4.2.5. Socio cultural | 19 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA..... | 22 |
| 3.1. Tipo y Diseño de Investigación | 22 |
| 3.1.1. Tipo de investigación | 22 |
| 3.1.1.1. Investigación exploratoria..... | 22 |
| 3.1.1.2. Investigación Descriptiva | 22 |
| 3.1.1.3. Investigación Correlacional | 22 |
| 3.1.2. Diseño de la investigación | 23 |
| 3.1.2.1 Diseño no experimental | 23 |
| 3.1.2.2. Diseño transversal | 23 |
| 3.2. Unidad de análisis | 23 |
| 3.3. Población de estudio | 23 |
| 3.4. Tamaño de muestra | 24 |
| 3.5. Selección de la muestra | 25 |
| 3.6. Operacionalización de variables | 26 |
| 3.6.1 Matriz de Variable Independiente – Dependiente..... | 26 |
| 3.6.2. Matriz de consistencia..... | 27 |
| 3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación. | xv |
| 3.7.1. Técnicas..... | xv |
| 3.7.2. Instrumentos..... | xv |
| 3.8. Validez de los instrumentos..... | xv |
| 3.8.1. Selección de expertos..... | xvi |
| 3.9. Confiabilidad de los instrumentos..... | xvi |
| 3.9.1. Alpha de Cronbach, Variable Oferta turística..... | xvi |

| | |
|--|---------|
| 3.9.2. Alpha de Cronbach, Variable Desarrollo Turístico | xvii |
| 3.10. Análisis e interpretación de la información | xviii |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN | xix |
| 4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados | xix |
| 4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados - variable independiente | xix |
| 4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados – variable dependiente | xx |
| 4.2. Pruebas de hipótesis | xxii |
| 4.2.1. Prueba de hipótesis general | xxii |
| 4.2.2. Prueba de hipótesis específica 1 | xxiii |
| 4.2.3. Prueba de hipótesis específica 2 | xxiv |
| 4.2.4. Prueba de hipótesis específica 3 | xxiv |
| 4.3. Presentación de resultados | xxvi |
| 5. Conclusiones | xxvii |
| 6. Recomendaciones | xxviii |
| 7. Referencias Bibliográficas | xxix |
| ANEXOS | xxxiv |
| Anexo 1.- PROPUESTA | xxxiv |
| 1. Título de la propuesta | xxxiv |
| 2. Introducción | xxxiv |
| 3. Objetivos | xxxv |
| 3.1. Objetivo general | xxxv |
| 3.2. Objetivos específicos | xxxv |
| 4. Contenido de la propuesta | xxxv |
| 4.1. Características del lugar | xxxv |
| 4.2. Plan de capacitación | xxxvi |
| 4.2.1. Diseño del plan de capacitación a los prestadores de servicios | xxxvii |
| 4.3. Productos del Portafolio Turístico | xxxviii |
| 4.3.1. Atractivos turísticos | xxxviii |
| 4.3.2. Infraestructura y equipamiento | xxxix |
| 4.3.3. Actividades turísticas | xl |
| 4.3.4. Diversificación de la oferta turística | xli |
| 4.3.5. Diseño del portafolio turístico | xli |
| 4.4. Estrategias de comercialización turística | xxviii |
| Anexo 2. Árbol de problemas | xxix |
| Anexo 3. Encuesta de la variable independiente: Oferta Turística | xxx |

| | |
|---|-------|
| Anexo 4. Encuesta de la variable dependiente: Desarrollo Turístico | xxxii |
| Anexo 5. Matriz de la validación de expertos: Oferta Turística..... | xxxv |
| Anexo 6. Matriz de validación de expertos: Desarrollo Turístico. | xxxix |
| Anexo 7. Oficio dirigido al Ministerio del Ambiente..... | l |
| Anexo 8. Presentación de resultados variable independiente: Oferta turística..... | li |
| Anexo 9. Presentación de resultados variable dependiente: Desarrollo turístico..... | lxiii |

LISTA DE CUADROS

| | |
|--|---------|
| Cuadro 1. Registro de turistas de la RPFCH..... | 24 |
| Cuadro 2. Operacionalización de variables..... | 26 |
| Cuadro 3. Matriz de consistencia..... | 27 |
| Cuadro 4. Validez del Instrumento..... | xvi |
| Cuadro 5. Criterios de fiabilidad-Alpha de Cronbach..... | xvii |
| Cuadro 6. Interpretación de la variable independiente..... | xix |
| Cuadro 7. Interpretación de la variable dependiente..... | xx |
| Cuadro 8. Criterios de relación Rho de Spearman..... | xxii |
| Cuadro 9. Comprobación de la hipótesis general..... | xxiii |
| Cuadro 10. Comprobación de hipótesis servicios turísticos..... | xxiii |
| Cuadro 11. Comprobación de hipótesis servicios turísticos..... | xxiv |
| Cuadro 12. Comprobación de hipótesis servicios turísticos..... | xxiv |
| Cuadro 13. Información de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo..... | xxxv |
| Cuadro 14. Atractivos turísticos de la Reserva..... | xxxviii |
| Cuadro 15. Infraestructura y equipamiento..... | xxxix |
| Cuadro 16. Actividades turísticas..... | xl |
| Cuadro 17. Servicios turísticos..... | xl |
| Cuadro 18. Estrategias de comercialización..... | 48xil |

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|------|
| Tabla 1. Estadística de fiabilidad-variable oferta | xvii |
| Tabla 2. Estadística de fiabilidad-variable desarrollo..... | xvii |
| Tabla 3. Genero | 61 |
| Tabla 4. Edad | 62 |
| Tabla 5. Nivel de instrucción..... | 63 |
| Tabla 6. Atractivos turísticos..... | 64 |
| Tabla 7. Actividades turísticas..... | 65 |
| Tabla 8. Atención de preferencias y necesidades | 66 |
| Tabla 9. Medios de comercialización | 67 |
| Tabla 10. Servicios de guianza | 68 |
| Tabla 11. Servicios de restauración | 69 |
| Tabla 12. Intermediación turística | 70 |
| Tabla 13. Estado actual de los atractivos naturales y culturales | 71 |
| Tabla 14. Infraestructura turística..... | 72 |
| Tabla 15. Genero | 73 |
| Tabla 16. Edad | 74 |
| Tabla 17. Nivel de instrucción..... | 75 |
| Tabla 18. Plan de manejo ambiental..... | 76 |
| Tabla 19. Educación ambiental..... | 77 |
| Tabla 20. Capacidad de carga | 78 |
| Tabla 21. Actividad económica | 79 |
| Tabla 22. Afluencia turística..... | 80 |
| Tabla 23. Rentabilidad económica | 81 |
| Tabla 24. Empleabilidad turística..... | 82 |
| Tabla 25. Servicios básicos..... | 83 |
| Tabla 26, Vías de acceso | 84 |
| Tabla 27. Centros de capacitación | 85 |
| Tabla 28. Desarrollo cultural | 86 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|-------|
| Gráfico 1. Mapa General de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | xxxvi |
| Gráfico 2. Genero | 61 |
| Gráfico 3. Edad..... | 62 |
| Gráfico 4. Nivel de instrucción | 63 |
| Gráfico 5. Atractivos turísticos..... | 64 |
| Gráfico 6. Actividades turísticas..... | 65 |
| Gráfico 7. Atención de preferencias y necesidades | 66 |
| Gráfico 8. Medios de comercialización | 67 |
| Gráfico 9. Servicios de guianza | 68 |
| Gráfico 10. Servicios de restauración..... | 69 |
| Gráfico 11. Intermediación turística..... | 70 |
| Gráfico 12. Estado actual de los atractivos naturales y culturales..... | 71 |
| Gráfico 13. Infraestructura turística..... | 72 |
| Gráfico 14. Genero | 73 |
| Gráfico 15. Edad..... | 74 |
| Gráfico 16. Nivel de instrucción..... | 75 |
| Gráfico 17. Plan de manejo ambiental..... | 76 |
| Gráfico 18. Educación ambiental | 77 |
| Gráfico 19. Capacidad de carga..... | 78 |
| Gráfico 20. Actividad económica | 79 |
| Gráfico 21. Afluencia turística | 80 |
| Gráfico 22. Rentabilidad económica | 81 |
| Gráfico 23. Empleabilidad turística..... | 82 |
| Gráfico 24. Vías de acceso | 84 |
| Gráfico 25. Centros de capacitación..... | 85 |
| Gráfico 26. Desarrollo cultural | 86 |

RESUMEN

El objetivo es evaluar la relación de la oferta en el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo para el progreso de la misma. La investigación es de carácter correlacional, exploratoria y descriptiva puesto que se analiza la relación de las dos variables a investigar, con un diseño no experimental y un enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, donde se aplicó encuestas para las dos variables que son oferta para los turistas que visitan la reserva y desarrollo turístico para los técnicos del Ministerio del Ambiente, donde se ha considerado la escala de Likert con criterios de fiabilidad del estadístico Alpha de Cronbach; una vez aplicadas las encuestas y haber obtenidos datos se procedió a la comprobación de hipótesis general y específicas con el estadígrafo Rho de Spearman donde se evidencio que ambas variables no tenían relación. Mediante los resultados adquiridos se planteó una propuesta que solucione la problemática encontrada, con el propósito de que la oferta de los servicios, productos y destino contribuyan al desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Palabras clave: Oferta, Desarrollo Turístico, Rutas, Servicios, Productos Turísticos.

ABSTRACT

The objective is to evaluate the relation between the offer of the tourist routes in the Chimborazo Fauna Production Reserve development and its growth. The research is correlational, exploratory and descriptive, since the two variables relationship analysis to be investigated, with a non-experimental design and a qualitative and quantitative research approach, we apply surveys for the two variables; the offered for the tourists visiting the reserve and the technicians from the Ministry of the Environment tourist development, where the Likert scale has been considered with reliability criteria of the Cronbach Alpha statistic; once the surveys were applied and data had been obtained, the general and specific hypotheses were checked with the Spearman Rho statistician, where it was clear that both variables were unrelated. Through the results acquired, a proposal was made to solve the problems found, so that the services, products and destination offer contribute to the development of tourist routes in the Chimborazo Wildlife Production Reserve.

Key words: Offer, Tourist Development, Routes, Services, Tourist Products.

Translation reviewed by:



Msc. Edison Damian

English Professor

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se alinea al análisis de una problemática en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, que indica el deficiente desarrollo de las rutas turísticas de la reserva, esta investigación tiene como objetivo fundamental determinar la relación de la oferta y el desarrollo de las rutas turísticas en el área protegida, tomando en cuenta que el desarrollo hace referencia al beneficio económico, social y ambiental.

Al analizar la problemática es necesario indicar el origen de esta, la débil oferta en el ámbito turístico limita el desarrollo de las rutas existentes, a pesar de que ostenta una abundante afluencia turística en los atractivos más llamativos del área protegida, la limitada oferta ha reducido el interés de los visitantes.

El propósito principal de esta investigación pretende conocer si la oferta se relaciona con en el desarrollo de las rutas turísticas, por otro lado se aspira contribuir con las comunidades aledañas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo dando a conocer la gestión que se está desplegando en el área protegida.

Capítulo I introducción. - En este capítulo se basa el problema general de dicha investigación, de cómo se relaciona la oferta con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, se plantea los objetivos y se justifica la investigación para luego dar paso a la hipótesis y conocer así a las posibles soluciones.

Capítulo II marco teórico. – En esta sección se presentan las bases teóricas de la investigación para lo cual será exclusivamente necesario la revisión de libros, tesis y artículos científicos que ayudaran a la previa fundamentación del marco teórico filosófico, epistemológico y estado del arte de la variable independiente y dependiente.

Capítulo III metodología. – Se plantea y se desarrolla la metodología aplicada, el diseño de la investigación exploratoria, descriptivo y correlacional de corte trasversal y no experimental. Vinculado al análisis de la población, muestra, técnicas e instrumentos que ayudaran a la recolección de información.

Capítulo IV resultados y discusión. – Se efectúa la validación de la aplicación de encuestas de las variables dependiente e independiente, se realizará la tabulación, análisis e interpretación de los resultados que se arrojan durante y después de la recolección de la

información. Para una mejor investigación se desarrollará mediante el programa estadísticos SPSS – 25 y Excel.

Conclusiones y recomendaciones. – Finalmente se presenta los resultados de estudios acerca de la investigación y posteriormente con esto dar paso a la ejecución de la propuesta.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo es un área protegida que cuenta con once rutas turísticas y un centro de interpretación ambiental, cabe mencionar que las rutas en su alrededor poseen una gran diversidad de recursos naturales, el cual forma este lugar propicio para desarrollar diferentes actividades turísticas como: senderismo, interpretación ambiental, guianza, ciclismo, cabalgatas, fotografías y demás.

El turismo es una actividad que genera economía a nivel mundial, que vincula a actores sociales a la actividad turística, el Ecuador es un país pluricultural con costumbres únicas y tradiciones excepcionales sin dejar atrás los hermosos paisajes que tiene el país. Al mencionar a la oferta turística se está relacionado con servicios, productos, facilidades y actividades turísticas. Si bien estos no han sido aprovechados de forma correcta a causa de la defectuosa gestión de las autoridades competentes, origina un limitado desarrollo turístico y por consecuencia las comunidades aledañas a la reserva generan bajos réditos económicos.

La limitada participación de las comunidades aledañas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, contribuye a que se disminuyen sus oportunidades o alternativas de ingresos económicos, sumándose a los diferentes factores que genera una calidad de vida negativa.

En el presente trabajo se aspira ofertar y desarrollar las rutas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, generando el interés del turista hacia aquellas rutas que son de gran importancia. Así beneficiando a las comunidades aledañas y prestadores de servicios.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo se relaciona la oferta con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?

1.2.2. Problemas específicos

- ❖ ¿Cómo se relaciona los servicios turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?
- ❖ ¿Cómo se relaciona los productos turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?
- ❖ ¿Cómo se relaciona el destino turístico con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

La presente investigación contribuye al conocimiento existente de la oferta y su relación con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, el cual busca el involucramiento de las comunidades y prestadores de servicios ligados al turismo. El avance de esta investigación nos permite generar una propuesta orientada a la calidad de servicios de las rutas turísticas de la provincia de Chimborazo, en efecto es evidente la alineación de la presente investigación “Desarrollar una planificación pertinente y diferenciada, acorde a las características sociales, culturales y territoriales de la población; es decir, una planificación no “homogeneizadora”, sino conforme a una afirmación de cultura y diversidad que corresponda a las características poblacionales y del territorio”. En cuanto se indica en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, Toda una Vida 2017-2021 y con miras de que este aporte sirva como referente a la academia en futuras investigaciones a docentes y estudiantes.

1.3.2. Justificación práctica.

Esta investigación se realiza con la necesidad de ofertar y desarrollar las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y definir las facilidades turísticas necesarias para el sitio de estudio, ofreciendo un servicio de calidad y garantizar un cliente satisfecho de varias actividades que se pueden realizar en las diferentes rutas existentes; a su vez cada ruta posee su historia y plus que genera una experiencia vivencial en el turista, con el fin de incrementar las fuentes de empleo y la rentabilidad económica para los negocios que ofertan servicios turísticos. Al mismo tiempo es evidente la alineación de la presente investigación en los Objetivos de Desarrollo Sostenible., objetivo 8 “Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.”

1.3.3. Justificación metodológica

La presente investigación servirá para el desarrollo futuro de estudios relacionados ya sea en el ámbito profesional como educativo, la metodología aplicada será de mucha importancia para la oferta y el desarrollo de las rutas turísticas la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo con el propósito de lograr los objetivos de la investigación.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación de la oferta con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

1.4.2. Objetivos específicos

- ❖ Determinar la relación de los servicios turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- ❖ Determinar la relación de los productos turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- ❖ Determinar la relación del destino turístico con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La oferta se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

1.5.2. Hipótesis Específicas

- ❖ Los servicios turísticos se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- ❖ Los productos turísticos se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- ❖ El destino turístico se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Según el autor (Calvopiña, 2017), en su artículo científico “Desarrollo del producto turístico de aventura al diversificar la oferta turística en el Ecuador.” Menciona:

La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. La Oferta turística se compone de tres elementos fundamentales como son los recursos turísticos, basados en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita; las infraestructuras, son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos y las empresas turísticas, las cuáles prestan el servicio directo al turista.

Tal como indica (Santana, 2003) en su tesis doctoral “Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo.” Consideran tres modelos de desarrollo turístico, de crecimiento rápido, crecimiento lento y desarrollo transitorio. El crecimiento rápido se da cuando las corporaciones adquieren grandes terrenos, y a continuación operan la subdivisión de los mismos para iniciar la construcción, y la población se mantiene alejada de los beneficios del turismo. En el crecimiento lento “la promoción de los terrenos es controlada por los terratenientes locales y el desarrollo, ajeno a toda planificación, incluye a los integrantes de la población local, y los recién llegados se integran en las estructuras de poder tradicionales”. El desarrollo transitorio estaría orientado hacia el turismo de fin de semana

Según el autor, (Serrano, 2011) “El Turismo en las Áreas Protegidas como medio para lograr el Desarrollo Sustentable en Centroamérica” menciona: el turismo representa una gran oportunidad para el desarrollo de un área protegida, pero también puede constituir una seria amenaza para la sustentabilidad y conservación de dichos atractivos, si se carece de una adecuada planificación de su uso. Además, el principio de que lo único sustentable es el cambio, nos hace comprender el entorno agitado e inestable de las organizaciones y las instituciones en la actualidad, lo que ha motivado la necesidad

de administrar con nuevos modelos de gestión para las áreas protegidas, buscando el aseguramiento de su amparo, pero también su competitividad en el ámbito internacional.

Según el autor (Santana, 2003) “Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo”, menciona que: el desarrollo turístico es también el desarrollo de las empresas que facilitan a los turistas los servicios que los configuran como tales. Desde este punto de vista cabe hablar también de un modelo turístico “fordista”, en el que los servicios son facilitados predominantemente por grandes empresas que establecen relaciones de integración vertical entre ellas, y de un modelo turístico “postfordista”, en el que los servicios son facilitados predominantemente por un abanico de pequeñas y medianas empresas, organizados en muchos casos en redes que incluyen relaciones de competencia y cooperación. En realidad, estas tres maneras de entender el desarrollo se relacionan entre sí, ya que las características de los turistas y de las empresas que les prestan servicios se relacionan con las características físicas y urbanísticas de las localidades turísticas

Según el autor (Swiss, 2014) “Desarrollo Turístico para un crecimiento económico sostenible” El desarrollo turístico sostenible requiere que se incorporen aspectos socioculturales y ambientales en el diseño e implementación del proyecto. En Swisscontact, el turismo está enraizado en la promoción de las pymes y en el desarrollo de competencias. Swisscontact facilita la colaboración constructiva entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, a fin de maximizar el potencial del sector turístico para generar desarrollo generalizado.

Según el autor (Morangues, 2006) “Turismo Cultura y Desarrollo” El desarrollo no tiene tan solo distintos alcances sociales, económicos, culturales, etc., sino que, además, tiene o puede tener diversas opciones temáticas -agrícola, industrial, etc.- y, por tanto, una primera reflexión estaría en el peso temático que ha de tener ese desarrollo. Así pues, es difícil de entender una planificación del desarrollo turístico, sin un proceso previo que determine el marco global del desarrollo del territorio y el peso específico que debe jugar el sector turístico en ese contexto evolutivo. Por una parte se evitaría el riesgo, muy común y fundamentado en las expectativas de alivio de la pobreza definidas por la misma OMT, del monocultivo turístico. Por otro, quizás el más importante, se daría opción a planificaciones en las que el turismo tuviera un papel porcentualmente menor en todo el proyecto de

desarrollo. Esta segunda opción, la menos frecuente, incidiría de manera muy eficaz en la incorporación de colectivos desfavorecidos a los procesos de desarrollo de muchos territorios. Es decir, si la opción de desarrollo de una zona se basa en la agricultura, admitir que el turismo, quizás en un pequeño porcentaje, puede complementar el desarrollo global significa dar mayores opciones a la población local, no perder oportunidades de crecimiento y proporcionar alternativas de diversificación y equilibrio al proyecto global.

Una vez realizadas las investigaciones pertinentes que nos ayudan al progreso de la investigación, y se logra comprobar que existen múltiples escudriñamientos referentes a las variables de investigación

2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación

2.2.1. Epistemología de oferta turística

Según la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR, 2019) “La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas”.

Según, (Cooper, 2018) La oferta turística representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes y para que tenga éxito, los componentes de la fusión necesitan tener calidad equivalente. Básicamente un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales.

Según (Rodríguez, 2013) La oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo. Distinguimos aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura

de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

Según el autor (Ruidiaz, 2017) la oferta turística al conjunto de bienes y servicios, los recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de modo que sean aprovechados por el mercado y se localizan en un determinado sitio a precios establecidos sin afectar a los turistas o visitantes. Con lo que respecta al turismo se puede distinguir dos clases de oferta que son la básica y la complementaria. La oferta básica incluye los bienes y servicios que son exclusivamente turísticos como alojamientos, transportes y agencias de viajes por otro lado tenemos a la oferta complementaria que está constituida por bienes y servicios que sin ser netamente turísticos son demandados por los visitantes y complementan a la oferta básica como el ocio, deportes y comercio.

Según el autor (Montoriol, 2017) La oferta turística es incidir en la formación del capital humano: la calidad percibida por el cliente depende en gran medida del equipo humano que presta el servicio.⁶ De este modo, mantener el liderazgo en el ranking de la competitividad no solamente requiere tener el mejor equipamiento físico, sino que se debe contar con el mejor equipo humano. Un ámbito en el que el recorrido de mejora es muy amplio: el perfil de trabajador medio del sector revela un menor nivel educativo y una menor experiencia de trabajo en el sector en comparación con los trabajadores del resto de sectores. Ello se debe a que el turismo, en muchos casos, ofrece oportunidades laborales a personas jóvenes sin experiencia laboral o de baja cualificación, con pocas opciones en otros sectores.

2.2.2. Epistemología de desarrollo turístico

El desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras. (Viñals, 2002)

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede incluir también lo efectos asociados, tales como la generación de empleo o la generación de ingresos. (Varisco, 2008)

Una característica esencial del turismo, es que su desarrollo no se presenta de manera homogénea en el espacio, sino que genera concentraciones en la actividad, siempre en relación de la materia prima del turismo, esto es los atractivos culturales o naturales, esto quiere decir que si en turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de los visitantes de un centro emisor hacia un receptor, la unidad de análisis del desarrollo turístico es el destino. (Varisco, 2008)

El desarrollo del turismo sostenible puede abastecer necesidades económicas, sociales y estéticas mientras que mantiene íntegra la cultura y los procesos ecológicos. Este turismo puede proveer beneficios a las generaciones presentes sin disminuir las posibilidades de obtención de beneficios de las generaciones futuras. Pero el desarrollo del turismo sostenible implica la toma de decisiones políticas que pueden ser duras. Requiere una visión a largo plazo a la hora de llevar a cabo el proceso de planificación y toma de decisiones. (Sancho, 2011)

Se concluye que se debe prevalecer un desarrollo duradero, lo cual involucra la ejecución de un estudio prolongado y un control de calidad sobre los efectos del turismo

2.3. Estado del arte

2.3.1. Oferta turística

Valoración de la oferta turística del destino turístico manzanillo, México.

“En la investigación se realiza una valoración de la oferta turística del destino Manzanillo, México, que abarca los diferentes atractivos del destino, las actividades que se realizan, la percepción de los habitantes sobre la importancia que tiene el turismo para el desarrollo del destino, los atractivos, participación de los locatarios en actividades que aporten al producto turístico local y la valoración los turistas sobre estancia promedio, principales segmentos, servicio de hospedaje, principales atributos del destino y la playa.” (Conde; Ávalos & Covarrubias, 2014)

La relevancia del turismo náutico en la oferta turística

“El turismo náutico es un segmento del turismo litoral relacionado con prácticas de ocio y actividades deportivas en contacto con el mar. Desde el punto de vista del estudio específico de éste producto podemos ver que contribuye a una serie de beneficios, tanto en el apartado socioeconómico, como en el incremento de la cualificación y diversificación de la oferta turística.” (Fedarras, 2001)

Innovación en museos: museo y comunidad en la oferta al turismo cultural

“Al no existir la posibilidad de contar con información elemental sobre los recursos existentes, así como de las posibles ofertas que se generan localmente, hace que los potenciales oferentes de servicios (tour operadores, agencias, etc.) no puedan utilizar estos recursos para integrarlos en una propuesta atractiva para el turista, como podría ser un recorrido cultural de un día, integrando la visita de recursos patrimoniales históricos y naturales, así como el disfrute artístico y gastronómico.” (DeCarli, 2008)

Indicadores turísticos: Oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca-Ecuador

El turismo, en su definición y práctica, está íntimamente relacionado con el movimiento de las personas a lugares distintos a su residencia habitual, quienes, de acuerdo al tiempo de estancia pueden ser visitantes excursionistas, residentes o no residentes. Dicha movilidad responde a la necesidad humana de desplazamiento en búsqueda de libertad para conocer el mundo e interactuar cara a cara con otras culturas que es satisfecha a través de la actividad turística, con la cual los individuos gozan de una amplia oferta para descubrir tantos lugares que diversifican las experiencias de consumo y que marcan pautas en la demanda. (Serrano & Pucha, 2017)

2.3.2. Desarrollo turístico

Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo

“Es importante para los organismos que dirigen los destinos, utilizar herramientas legislativas y de dirección durante la planificación y gestión de destinos, con el fin de asegurar que los beneficios de la actividad turística se distribuyan de forma justa y que las prácticas sostenibles protejan la regeneración de los recursos utilizados en el desarrollo turístico.” (Bigné, Font & Andreu, 2000)

El desarrollo turístico de un destino genera réditos económicos con el fin de beneficiar a las actividades turísticas de una manera responsable, sustentable y sostenible.

Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión

Tradicionalmente la posibilidad de desarrollo turístico era vista como algo que tocaba o que caía en suerte. Una especie de lotería para aquellos lugares que se habían visto agraciados por la naturaleza (playa, clima, montaña, etc.) o por la historia (grandes monumentos, museos, etc.), y que por tanto antes o después, y de una manera un tanto mecanicista, se acabarían convirtiendo en lugares de acogida y de desarrollo ligados al ocio y al turismo. Consecuentemente, la visión en negativo de este argumento sentenciaba que, por el contrario, aquellos ámbitos que no se habían visto favorecidos por determinadas circunstancias no tenían ninguna posibilidad de desarrollarse turísticamente. De este modo, el desarrollo turístico deja de ser visto conceptualmente como fruto del azar y se convierte en una actividad cuya mayor o más acertada evolución pasa a depender de estrategias de diseño, promoción y comercialización cuidadosamente estudiadas y planificadas. (Reyes, 2005)

Desarrollo turístico: de la ética de los principios a la práctica del turismo responsable.

El devenir de la actividad turística y las expectativas suscitadas en torno a las utilidades y los beneficios generados es necesario referirse a un tema que le trasciende y obviamente le incluye y que radica en la problemática definida por las nociones de crecimiento y desarrollo. El desarrollo tiene implicancias y postula valores que trascienden al mero crecimiento: el desarrollo es un problema de civilización y la civilización es un estado de la sociedad que garantiza a todos el máximo de facilidades para más valer en la elocuente expresión al plantearlo, ya en su momento, como un problema de valorización de los hombres en un régimen de economía humana y de desarrollo integral equilibrado, el tránsito de una fase menos humana a una fase más humana, indivisible respecto de la persona e incluyente respecto de la sociedad, al ritmo más rápido posible y al costo menos elevado, que varias décadas después, y no menos paradigmas, reivindicarán las concepciones del desarrollo a escala humana, sustentable, sostenible, responsable. (Andrade, 2013)

El desarrollo turístico sostenible, tren crucero del Ecuador

El desarrollo turístico sostenible ha de ser responsable ecológicamente y a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva estética y social para la comunidad receptora. Bajo este concepto, se considera que son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, la cultural, la sociedad y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa, los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (Yangue, 2016)

2.4. Bases teóricas

2.4.1. Enfoque teórico de la variable independiente: Oferta turística

2.4.1.1. Producto turístico

El producto turístico “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Acerenza, 2006)

2.4.1.2. Servicio turístico

Es el servicio que tiene por objeto atender alguna necesidad, actual o futura, de los usuarios turísticos o de aquellos otros que lo demanden, relacionada con su situación de desplazamiento de su residencia habitual por motivos distintos a los de carácter laboral. Los servicios turísticos se clasifican en servicios de alojamiento, de restauración, de intermediación en la prestación de servicios turísticos, de información, y de acogida de eventos congresuales o similares. (Sevilla, 2019)

2.4.1.3. Destinos turísticos

Se considera los destinos turísticos como un área que presentan características reconocidas por los visitantes potenciales, los cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, con independencias de las atracciones que existan en otras zonas, esta

definición tiene diversas implicaciones: el destino es una entidad que engloba los recursos turísticos e infraestructura formando un sistema. (Bigne, Font & Andreu, 2000)

2.4.1.4. Atractivos turísticos

Todo lugar que constituya un destino turístico 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 se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales. (Canarias, 2019)

2.4.1.5. Actividades turísticas

Las actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar. (Canarias, 2019)

2.4.1.6. Segmentación de mercado

Los mercados consisten en compradores y los compradores difieren en uno o más sentidos. La diferencia podría radicar en sus deseos, recursos, ubicación, actitudes o prácticas de compra, mediante la segmentación de mercado las compañías dirigen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños a los cuales se pueden llegar de manera más eficaz con productos o servicios congruentes con sus necesidades únicas. (Kotler & Armstrong, 2008)

2.4.1.7. Comercialización

La comercialización en turismo es similar a la comercialización de cualquier servicio. Recordemos que el Sector Turismo pertenece al tercer sector de la economía, que es el sector de los servicios; que posee entre otras, la particularidad de su intangibilidad y la particularidad de no poder acumular en un centro de almacenamiento su producción. Esta característica es compartida por todos los servicios, por lo que para la venta de esos

servicios es sumamente importante tanto su comunicación como su distribución. (García, 2012)

2.4.1.8. Guianza

La guianza surge de la necesidad de enseñar el camino a quien lo desconoce. La montaña fue la fuente originaria para el surgimiento de esta actividad, consecuentemente, el guía de montaña se convirtió en el primero en ejecutar oficialmente este trabajo en el ámbito turístico tanto a nivel mundial como en Ecuador. A partir de este gran inicio, el guía de turismo se ha convertido en el principal nexo entre el turista y el patrimonio sea este natural o cultural; esta responsabilidad debe ser destacada por las cualidades, habilidades, conocimientos y la personalidad que brinda el guía para que la experiencia del turista en su lugar de visita, sea única. (Veloz, 2016)

2.4.1.9. Restauración

Empresas cuya actividad consiste en servir al público comidas o bebidas para consumir, de forma preferente, en sus establecimientos que, en atención a sus características, se clasifican en los siguientes grupos:

- ❖ Restaurantes: Tendrán dicha consideración los que dispongan de cocina y de comedor, preferentemente independizado, en los que se ofrecen al público las comidas y bebidas relacionadas en sus cartas.
- ❖ Cafeterías: Tendrán esta consideración los establecimientos que disponen de barra y servicio de mesas, en los que se ofertan al público durante su horario de apertura las bebidas y platos simples o combinados relacionados en sus cartas.
- ❖ Bares, cafés o similares: disponen de barras y carecen de comedor, también pueden disponer de servicio de mesas en la misma unidad espacial, en los que se proporciona al público bebidas que pueden acompañarse raciones o bocadillos. (Anónimo, 2016)

2.4.1.10. Intermediación turística

Intermediación turística es la actividad empresarial de quienes se dedican comercialmente al ejercicio de actividades de mediación en la venta u organización de servicios turísticos. Comprende las actividades de organización o comercialización de viajes combinados, y de excursiones de un día, la mediación en la venta de billetes o reserva de plazas en toda clase

de medios de transporte, y la reserva o contratación de alojamiento en establecimientos turísticos y de servicios o actividades ofrecidos por las empresas turísticas. (García, 2012)

2.4.1.11. Recursos turísticos

Recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio. (Calderón, 2009)

2.4.1.12 Infraestructura turística

La infraestructura turística es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de la misma los siguientes:

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

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera. (Blanco, 2008)

2.4.2. Enfoque teórico de la variable dependiente: Desarrollo turístico

2.4.2.1. Desarrollo turístico

Según (Valls, 2009) define al destino turístico como "la unidad base de gestión para las políticas turísticas" y considera una serie de características que lo configuran:

- **Un espacio territorial homogéneo:** en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. (Valls, 2009)
- **Centralidad:** Hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas. (Valls, 2009)
- **Una oferta estructurada de atractivos:** resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. (Valls, 2009)
- **Una marca integradora:** el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados. (Valls, 2009)
- **Una comercialización conjunta:** "resulta imprescindible la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica. (Valls, 2009)

2.4.2.2. Interpretación ambiental

Es una actividad educativa ambiental que examina y revela de manera atractiva, las características de un área y sus relaciones biofísicas y culturales, a través de experiencias directas que generen en las personas disfrute, sensibilidad, conocimiento y compromiso con los valores interpretados (Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo, 2005). Lo que busca es transmitir ideas y relaciones a partir de un acercamiento directo entre la audiencia y los recursos que se interpretan. Para lograrlo se utilizan diferentes técnicas que ayudan a las personas a entender y apreciar lo que se observa. La meta es comunicar un mensaje. La interpretación ambiental traduce el lenguaje técnico de los profesionales en términos e ideas que las personas en general entienden fácilmente, además es un instrumento útil y efectivo, mediante el cual el educador o intérprete puede explicar un recurso natural o cultural a su audiencia, de una forma interesante y amena (Fernández & Fallas, 2005).

2.4.2.3 Medios ambientales

El medio ambiente es la unidad de estudio más compleja que el hombre se ha planteado, por cuanto al integrar los tres núcleos epistemológicos conocidos -inerte, biótico y comportamental- se introduce en todas las ciencias y disciplinas. Asimismo, el interés por el ambiente es una de las características de la cultura de nuestro tiempo. (Hernandez, 2005)

2.4.2.4. Económicos

Esencialmente en lo económico se entiende la medida de los beneficios y también los costes económicos generados por el desarrollo de la actividad turística. (Picornell, 2015)

2.4.2.5. Socio cultural

Es una modalidad de turismo social, orientado hacia la educación y el desarrollo cultural de los sectores económicamente menos favorecidos. Como tal, se caracteriza por adoptar la forma de tours o circuitos por zonas con alto contenido de atractivos de índole cultural, vestigios de culturas antiguas, ciudades y pueblos coloniales, el conocimiento de los usos y costumbres de las poblaciones indígenas, etcétera. (Acerenza, 2006)

2.4.2.5. Plan ambiental

Documento que establece en detalle y en orden cronológico las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, corregir y compensar los posibles impactos ambientales negativos, o acentuar los impactos positivos causados en el desarrollo de una acción propuesta. Por lo general, el Plan de Manejo Ambiental consiste de varios sub-planes, dependiendo de las características de la actividad o proyecto. (Cardno , 2014)

2.4.2.6. Educación ambiental

La educación ambiental es un proceso que reconoce valores y aclarar conceptos centrados en fomentar las actitudes, destrezas, habilidades y aptitudes necesarias para comprender y apreciar las interrelaciones entre el ser humano, su cultura y la interrelación con la naturaleza. La educación es fundamental para adquirir conciencia, valores, técnicas y comportamientos ecológicos y éticos en consonancia con el desarrollo sostenible y que favorezcan la participación comunitaria efectiva en decisiones. (Rengifo, 2012)

2.4.2.7. Capacidad de carga

Número máximo de visitantes que puede usar un espacio sin una alteración inaceptable del medio físico y sin una disminución en la calidad de la experiencia conseguida por los visitantes. (Lorente, 2001)

2.4.2.8. Actividad económica

Se consideran actividades económicas cualesquiera de carácter empresarial, profesional o artístico, siempre que supongan la ordenación por cuenta propia de medios de producción o recursos humanos, o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes y servicios. (Almoguera, 2019)

2.4.2.9. Rentabilidad económica

La rentabilidad económica ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. (Zamora, 2019)

2.4.2.10. Empleabilidad turística

La empleabilidad turística está compuesta por un conjunto de logros, habilidades, conocimientos y atributos personales que aumentan la probabilidad de encontrar un empleo y de tener éxito, lo cual les beneficia a las personas, a la fuerza de trabajo, a la comunidad y a la economía. (Fresneda, 2018)

2.4.2.11. Servicios básicos

Los servicios sociales básicos representan los componentes esenciales en que se funda el desarrollo humano y, de hecho, actualmente se reconoce a tales servicios la condición de derechos humanos. (UNICEF, 2000)

2.4.2.12. Centros de capacitación

Los centros de capacitación son el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. (Chiavenato, 2007).

2.4.2.13. Desarrollo cultural

Situar la cultura en el núcleo del desarrollo constituye una inversión esencial en el porvenir del mundo y la condición del éxito de una globalización bien entendida que tome en consideración los principios de la diversidad cultural. (UNESCO, 2019)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Métodos, técnicas e instrumentos de Investigación

3.1.1. Tipo de investigación

3.1.1.1. Investigación exploratoria

La Investigación Exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernandez, Fernandez & Baptista, 1991)

Este tipo de investigación nos permitió realizar visitas de campo a la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, para informarnos de todo lo que ofrece esta reserva en cuanto a sus rutas turísticas y servicios.

3.1.1.2. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Arias, 2012)

La investigación es de carácter descriptivo puesto que se analiza las características y procesos de la situación actual de las variables a investigar, es decir oferta y desarrollo turístico, para posteriormente describir la información de manera conjunta.

3.1.1.4. Investigación Correlacional

Su finalidad es determinar el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la Investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. (Arias, 2012)

En este tipo de estudio nos permite medir el grado de relación existente entre la variable (Oferta Turística) y (Desarrollo Turístico)

3.1.2. Diseño de la investigación

3.1.2.1 Diseño no experimental

Se trata de estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego ser analizados. (Hernandez, Fernadez & Baptista, 1991)

No experimental porque no se puede manipular nuestras variables y se basa en la observación las mismas. Por tal razón se trabajara directamente con el personal del Ministerio del Ambiente, recolectando y obteniendo datos importantes para nuestra investigación, y poder determinar el grado de relación que existe entre ambas variables.

3.1.2.2. Diseño transversal

Son investigaciones donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. (Hernandez, Fernadez & Baptista, 1991)

Esta investigación a través de las encuestas aplicadas nos permite verificar el estado actual de los servicios y rutas turísticas

3.2. Unidad de análisis

La investigación está distribuida con:

Población 1 Oferta turística: La unidad de análisis es los turistas mayores de 18 años que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Población 2 Desarrollo turístico: La unidad de análisis lo constituye el técnico del Ministerio del Ambiente.

3.3. Población de estudio

Población 1: Variable independiente; Registro de turistas mayores de 18 años que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Cuadro 1. Registro de turistas de la RPFCH

| Fecha | Rubro de visitantes |
|------------|---------------------|
| Enero | 5243 |
| Febrero | 4882 |
| Marzo | 12285 |
| Abril | 7985 |
| Mayo | 7402 |
| Junio | 4041 |
| Julio | 6099 |
| Agosto | 9929 |
| Septiembre | 6410 |
| Octubre | 948 |
| Noviembre | 5326 |
| | 70550 |

Fuente: Ministerio del Ambiente, (2019)

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Población 2: Variable dependiente; Esta constituida por los 16 técnicos del Ministerio del Ambiente de la Coordinación Zonal 3.

3.4. Tamaño de muestra

Muestra 1: para el tamaño de la muestra se considera el rubro de visitantes mayores de 18 años que llegan a la reserva, con una probabilidad de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. La fórmula que se utiliza para estimar la proporción de una población finita propuesta por (Álvarez, 2011).

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

e= Error máximo aceptable (0,05)

p= Probabilidad de ocurrencia (0.80) Prueba Piloto

q= Probabilidad de no ocurrencia (0,20) Prueba Piloto

z= Nivel de confianza (1,95)

Formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1,95)^2(0.80)(0,20)(70550)}{(70550) * (0,05)^2 + (1,95)^2(0,80)(0.20)}$$

$$n = 243$$

Al realizar el cálculo de la muestra finita que fue concluyente para una población de 70550 turistas, con un margen de error del 5% nos brindó como resultado la aplicación de 243 encuesta.

Muestra 2: Por lo reducido de la población se trabajó con el 100% y se toma como referencia a los 16 técnicos que laboran en el Ministerio del Ambiente.

3.5. Selección de la muestra

- Fase 1.- Se obtuvo una muestra probabilística, debido a que las encuestas se aplicaron de manera aleatoria a los turistas nacionales mayores de 18 años que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, para el análisis de la variable independiente (Oferta)
- Fase 2.- La muestra es probabilística, se tomó de forma aleatoria y se trabajó con los 16 técnicos de Ministerio del Ambiente, para el análisis de la variable dependiente (Desarrollo)

3.6. Operacionalización de variables

3.6.1 Matriz de Variable Independiente – Dependiente

Cuadro 2. Operacionalización de variables

| VARIABLES | CONCEPTOS | DIMENSIONES | INDICADORES | MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
|--|--|---|---|--|
| VARIABLE INDEPENDIENTE Oferta Turística | Se define a la oferta turística como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (Sancho, 2011) | Productos Turísticos Servicios turísticos Destino turístico | <ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos. • Actividades turísticas. • Segmentación de mercado. • Comercialización. • Guianza. • Restauración. • Intermediación. • Recursos turísticos. • Infraestructura turística. | <p>Método: Investigación de campo</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> |
| VARIABLE DEPENDIENTE Desarrollo Turístico | El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (OMT, 2012) | Medioambientales Económicos Socio cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Plan ambiental. • Educación ambiental. • Capacidad de carga. • Actividad económica • Número de turista. • Rentabilidad económica • Empleabilidad turística. • Servicios básicos • Vías de acceso. • Centros de capacitación. • Desarrollo cultural. | <p>Método: Descriptivo</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> |

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

3.6.2. Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES |
|--|--|---|--|---|
| ¿Cómo se relaciona la oferta con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo? | Determinar la relación de la oferta con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | La oferta se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | <u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u> <u>Oferta Turística</u> Se define a la oferta turística como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (Sancho, 2011) | <ul style="list-style-type: none"> • Productos turísticos • Servicios turísticos • Destinos turísticos |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | | |
| ¿Cómo se relaciona los servicios turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo? | Determinar la relación de los servicios turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Los servicios turísticos se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | <u>VARIABLE DEPENDIENTE</u> <u>Desarrollo Turístico</u> El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (OMT, 2012) | <ul style="list-style-type: none"> • Medioambientales • Económicos • Sociales |
| ¿Cómo se relaciona los productos turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo? | Determinar la relación de los productos turísticos con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Los productos turísticos se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | |
| ¿Cómo se relaciona el destino turístico con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo? | Determinar la relación del destino turístico con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | El destino turístico se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | |

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación.

3.7.1. Técnicas

Las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas. (Peñuelas, 2008)

- **Encuestas:** En la investigación se aplica dos encuestas, variable 1 (Oferta turística) dirigida a los turistas que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y la variable 2 (Desarrollo turístico) dirigida a los técnicos del Ministerio del Ambiente de la Coordinación Zonal 3.

3.7.2. Instrumentos

- **Cuestionario:** En la investigación se aplica dos cuestionarios con preguntas enfocadas en la variable independiente que está formada por 3 dimensiones y 9 indicadores; la variable dependiente está formada por 3 dimensiones y 11 indicadores, con la finalidad de obtener información completamente verídica, los cuestionarios son evaluados mediante la escala de Likert con la siguiente escala: 1 (Malo), 2 (Regular), 3 (Bueno), 4 (Muy Bueno) y 5 (Excelente) y cuyos resultados alcanzados nos condujeron al uso de los programas Microsoft Excel y SPSS

3.8. Validez de los instrumentos.

La validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir. (Hernandez, Fernandez & Baptista, 1991)

En este apartado la investigación demuestra que los instrumentos de evaluación fueron elaborados con el tutor de proyecto, seguidamente analizados con los expertos de la carrera, tomando como referencia el método Delphi, la cual consiste en conseguir información, basada en la consulta de expertos.

3.8.1. Selección de expertos

Para la validez de instrumentos, se vio necesario tomar en cuenta a los expertos de la Universidad Nacional de Chimborazo, de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera por su amplio conocimiento y experticia en el ámbito del turístico, a continuación, se detalla.

Cuadro 4. *Validez del Instrumento*

| N° | Expertos | Cargo | Asignación del tribunal |
|-----------|-------------------------|---|--------------------------------|
| 1 | Mgs. Diego Calvopiña A. | Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera | Tutor |
| 2 | Dr. Héctor Pacheco | Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera | Presidente |
| 3 | Mgs. Margoth Cali | Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera | Miembro 1 |
| 4 | Ing. Daniel Guerrero | Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera | Miembro 2 |

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

3.9. Confiabilidad de los instrumentos

Para la confiabilidad se procedió a hacer uso del software especializado Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versión 25, el cual, a través del cálculo del coeficiente de alfa de Cronbach, se pudo estimar la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems medidos en escala tipo Likert miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. (Welch & Comer, 1988)

3.9.1. Alpha de Cronbach, Variable Oferta turística

Como criterio general, (Hernandez H; Pascual A, 2003) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

Cuadro 5. Criterios de fiabilidad-Alpha de Cronbach

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

Fuente: (Hernandez H; Pascual A, 2003)

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

En este apartado correspondiente a la variable independiente se empleó la prueba piloto a 20 personas que forman parte de los visitantes de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, quienes evalúan la oferta turística. Cuyo valor aceptable deber ser mayor a 0,7 para obtener la confiabilidad del instrumento.

Tabla 1. Estadística de fiabilidad-variable oferta

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| 0,903 | 9 |

Fuente: Encuestas aplicadas 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Se concluye que el coeficiente de Alpha de Cronbach tiene una consistencia interna adecuada dentro del criterio de aceptación como excelente, siendo el 0.903 determinando un alto grado de confiabilidad.

3.9.2. Alpha de Cronbach, Variable Desarrollo Turístico

Para obtener el Alpha de Cronbach de la variable dependiente de desarrollo turístico, se aplicó a los técnicos de Ministerio del Ambiente, logrando como resultado un valor de 0.765 comprobando que el instrumento posee un grado aceptable de confiabilidad.

Tabla 2. Estadística de fiabilidad-variable desarrollo

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|-------------------------|-----------------------|
| 0,765 | 11 |

Fuente: Encuestas aplicadas 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

3.10. Análisis e interpretación de la información

Los resultados de la investigación, se obtuvo de la aplicación de las encuestas a los visitantes de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y a los Técnicos del Ministerio del Ambiente. Estos instrumentos fueron validados por los expertos de la carrera y posteriormente se representa en la base de datos en Microsoft Excel y el estadígrafo IMB SPSS v-25, dicha información establece la confiabilidad de los instrumentos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Luego de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas de cada variable a los visitantes de la reserva y a los técnicos de MAE, se realiza un análisis estadístico descriptivo de cada ítem.

4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados - variable independiente

Cuadro 6. Interpretación de la variable independiente

| N° | ITEMS | INTERPRETACIÓN |
|-----------------------------|---|---|
| INFORMACIÓN PERSONAL | | |
| a) | Género | Se interpreta que el 51,4% de los encuestados es de género femenino y los 48,6% sobrantes son de género masculino. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados es del género femenino. |
| b) | Edad | Del total de los encuestados, se observa que el 46,9% posee un rango de 18-28 años, el 32,2% entre 29-39, el 15,1% entre 40-49 y los 5,7% sobrantes son más de 50 años. |
| c) | Nivel de instrucción | Según los datos obtenidos, se observa que el nivel de instrucción de los encuestados el 7,3% son de primaria, el 21,6% secundaria, el 20,8% técnico-tecnológico, el 47,3% tercer nivel y el 2,9% sobrantes son de cuarto nivel. |
| PRODUCTOS TURÍSTICOS | | |
| 1. | Califique la oferta de los atractivos turísticos de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Según los datos obtenidos de los encuestados, la oferta turística de los atractivos es el 44,9% menciona que existe una buena oferta de los atractivos turísticos, mientras que el 8% lo califica como malo, el 8,6% regular, el 33,5% muy bueno y el 12,2% excelente. Se concluye que existe una buena oferta de los atractivos turísticos. |
| 2. | Califique la oferta de las actividades turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Se muestra como resultado que el 42,4% de los encuestados califica como bueno las actividades que se ofertan en la reserva, el 29,4% como muy bueno, el 11,8% como excelente, el 15,1% como regular y el 1,2% como malo. Se concluye que la oferta de las actividades turísticas se realiza de manera frecuente. |
| 3. | Califique la atención de preferencias y necesidades consideradas en los productos turísticos | La atención de preferencias y necesidades de los encuestados muestran como resultado el 41,2% como bueno, el 3,7% como malo, el 17,1% como regular, el 25,3% como muy bueno, el 12,7% como excelente. Sin embargo se resume que se debe seguir tomando en cuenta las necesidades del turista. |
| 4. | Califique la utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos | Según los datos obtenidos de los encuestados, se muestra que el 40,4% califica como bueno la utilidad de los medios de comercialización, el 19,2% como regular, el 4,9% como malo, el 25,3% como muy bueno, el 10,2% como excelente, se concluye que la utilidad de los medios de comercialización es bueno para el desarrollo de las rutas turísticas. |
| SERVICIOS TURÍSTICOS | | |
| 5. | Califique la oferta de los servicios de guianza | Se observa como resultado que el 31,0% califica como muy bueno la oferta de los servicios de guianza, el 14,7% como regular, el 5,7% como malo, el 29,4% como muy bueno y el 19,2% como excelente. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califica como muy bueno el servicio de guianza. |

| | | |
|----------------------------|---|--|
| 6. | Califique la oferta de los servicios de restauración | Los servicios de restauración muestra como resultado que el 34,3% califica como bueno, el 16,7% como regular, el 8,2% como malo, el 25,3% como muy bueno, el 15,5% como excelente. A pesar de que el porcentaje se muestra como bueno se debe seguir mejorando en el servicio de restauración. |
| 7. | Califique la calidad de la intermediación turística | Se muestra como resultado de la calidad turística con el 35,5% como bueno, el 16,3% como regular, el 3,3% como malo, el 28,2% como muy bueno, el 16,7% como excelente. Se concluye que la calidad de la intermediación turística que se realiza en buena. |
| DESTINOS TURÍSTICOS | | |
| 8. | Califique el estado actual de los atractivos naturales y culturales | Se muestra como resultado, el estado actual de los atractivos turísticos como bueno con el 35,1%, el 11% como regular, el 2% como malo, el 29,8% como muy bueno, el 22% como excelente. Se concluye que los atractivos se encuentran en buen estado. |
| 9. | Califique el estado actual de la infraestructura turística | Se muestra como resultado, el estado actual de la infraestructura turística como bueno con el 33,6%, el 11,1% como regular, el 2,9% como malo, el 29,9% como muy bueno, el 22,5% como excelente. Se concluye que la infraestructura turística se encuentra en buen estado |

Fuente: Encuestas aplicadas 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados – variable dependiente

Cuadro 7. Interpretación de la variable dependiente

| N° | ITEMS | INTERPRETACIÓN |
|-----------------------------|---|---|
| INFORMACIÓN PERSONAL | | |
| a) | Género | Se interpreta que el 25% de los encuestados es de género femenino y los 75% sobrantes son de género masculino. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados es del género masculino. |
| b) | Edad | Del total de los encuestados, se observa que el 37,5% posee un rango de 29-39 años, el 62,5 sobrantes entre 40-49 años. |
| c) | Nivel de instrucción | Según los datos obtenidos, se observa que el nivel de instrucción de los encuestados el 93,8% es de tercer nivel y los 63,8% sobrantes son de cuarto nivel. |
| MEDIO AMBIENTAL | | |
| 1. | Califique el plan de manejo ambiental de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Se interpreta que el manejo del plan ambiental, posee un porcentaje de 43,80% como excelente, el 37,50% como muy bueno y el 18,80% como bueno. Se concluye que el manejo del plan ambiental es vital para el desarrollo de la reserva. |
| 2. | Califique la educación ambiental que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Según los resultados obtenidos, se interpreta que el 62,5% de los encuestados califican como muy bueno la educación ambiental que se desarrolla en la reserva, el 25% como excelente y el 12,5% como bueno. |
| 3. | Califique el cumplimiento de los procedimientos de capacidad de carga en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Según los resultados obtenidos, se interpreta que el 62,5% de los encuestados califican como muy bueno el cumplimiento de capacidad de carga que se genera en la reserva, el 37,5% como excelente, se concluye que la capacidad de carga se mantiene en su rango establecido. |
| ECONÓMICOS | | |
| 4. | Califique la actividad económica que se desarrolla en la Reserva | Según las encuestas realizadas el 50% califica como muy bueno la actividad económica que se desarrolla en la reserva, el 6,3% como bueno, el 31,3% como excelente, el 6,3% como regular y el 6,3% de los encuestados califica como malo |

| | | |
|-----------------------|---|---|
| | de Producción de Fauna Chimborazo | |
| 5. | Califique la afluencia turística que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Las encuestas aplicadas a los técnicos de MAE califica el 50% como excelente, el 31,3% como muy bueno y el 18,8% como bueno la influencia turística que se da en la reserva. |
| 6. | Califique la importancia de la rentabilidad económica que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna | Mediante las encuestas, se califica la importancia de la rentabilidad económica con el 43,8% como excelente, el 37,5% como muy bueno y el 18,8% como bueno, se concluye que la rentabilidad económica es importante en la reserva. |
| 7. | Califique la importancia de la empleabilidad turística que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Según las encuestas realizadas el 31,3% califica como muy bueno la empleabilidad turística que se desarrolla en la reserva, el 31,3% como excelente, el 25% como bueno y el 12,5% como regular. Se concluye que la empleabilidad turística que el mayor porcentaje de los técnicos califica como excelente. |
| SOCIO CULTURAL | | |
| 8. | Califique los servicios básicos del área de influencia de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Según las encuestas realizadas el 31,3% califica como muy bueno los servicios básicos, el 25% como bueno y el 12,5% como regular, se concluye que el 31,3% califica como malo los servicios básicos. |
| 9. | Califique las vías de acceso de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Mediante las encuestas, se califica las vías de acceso hacia la reserva con el 25% como muy bueno, el 6,3% como excelente, el 31,3% como bueno, el 12,5% regular se concluye que el 25% de los encuestados califica como malo las vías de acceso. |
| 10. | Califique la importancia de los centros de capacitación que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Mediante las encuestas, se califica la importancia de los centros de capacitación que se desarrolla en la reserva con el 31,3% como muy bueno, el 31,3% como bueno, el 12,5% regular se concluye que el 25% de los encuestados califica como malo los centros de interpretación. |
| 11. | Califique el desarrollo cultural que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | Mediante las encuestas, se califica el desarrollo cultural que se genera en la reserva con el 56,3% como muy bueno, el 25% como bueno, el 12,5% excelente se concluye que el 6,3% de los encuestados califica como regular el desarrollo cultural. |

Fuente: Encuestas aplicadas 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S

4.2. Pruebas de hipótesis

La investigación se realizó la prueba de hipótesis en el cual se aplica el estadígrafo Rho de Spearman en relación a las variables oferta y desarrollo con sus respectivas dimensiones, considerando la escala de Likert en una medida ordinal. En síntesis se toman a manera de criterios de relación los siguientes.

Cuadro 8. Criterios de relación Rho de Spearman.

| RANGO | RELACIÓN |
|----------------------|-----------------------------------|
| -0.91 a -1.00 | Correlación negativa perfecta |
| -0.76 a -0.90 | Correlación negativa muy fuerte |
| -0.51 a -0.75 | Correlación negativa considerable |
| -0.11 a -0.50 | Correlación negativa media |
| -0.01 a -0.10 | Correlación negativa débil |
| 0.00 | No existe correlación |
| +0.01 a +0.10 | Correlación positiva débil |
| +0.11 a +0.50 | Correlación positiva media |
| +0.51 a +0.75 | Correlación positiva considerable |
| +0.76 a +0.90 | Correlación positiva muy fuerte |
| +0.91 a +1.00 | Correlación positiva perfecta |

Fuente: (Mondragón, 2014)

Elaborado por: Gabriela Ortiz S

4.2.1. Prueba de hipótesis general

La oferta se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

a. Planteamiento de la hipótesis

- **H₁** La oferta se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- **H₀** La oferta no se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

b. Margen de error

$\alpha = 0.05$

c. Estadístico correlación Rho de Spearman

Cuadro 9. Comprobación de la hipótesis general

| | | | OFERTA TURÍSTICA | DESARROLLO TURÍSTICO |
|--------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | OFERTA TURÍSTICA | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,273 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,306 |
| | | N | 243 | 16 |
| | DESARROLLO TURÍSTICO | Coeficiente de correlación | ,273 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,306 | . |
| | | N | 16 | 16 |

Fuente: Encuestas aplicadas 2020**Elaborado por:** Gabriela Ortiz S.

- d. Toma de decisión:** Se observa como sig: $0,306 > 0,05$ por tanto se rechaza la hipótesis de investigación H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , en efecto la oferta turística no se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; por tanto estadísticamente tiene una correlación positiva media.

4.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

a. Planteamiento de la hipótesis

- H_1 Los servicios turísticos se relacionan con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- H_0 Los servicios turísticos no se relacionan con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

b. Margen de error

$$\alpha = 0.05$$

c. Estadístico correlación Rho de Spearman

Cuadro 10. Comprobación de hipótesis servicios turísticos

| | | | SERVICIOS TURISTICOS | DESARROLLO TURISTICO |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | SERVICIOS TURISTICOS | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,210 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,435 |
| | | N | 243 | 16 |
| | DESARROLL O TURISTICO | Coeficiente de correlación | ,210 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,435 | . |
| | | N | 16 | 16 |

Fuente: Estadígrafo SPSS v.25**Elaborado por:** Gabriela Ortiz S

- d. Toma de decisión:** Se observa como sig: $0,435 > 0,05$ se rechaza la hipótesis de investigación H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , en efecto los servicios turísticos no

se relacionan con en el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; por tanto estadísticamente tiene una correlación positiva media.

4.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

a. Planteamiento de la hipótesis

- H_1 Los productos turísticos se relacionan con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- H_0 Los productos turísticos no se relacionan con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

b. Margen de error

$$\alpha = 0.05$$

c. Estadístico correlación Rho de Spearman

Cuadro 11. *Comprobación de hipótesis servicios turísticos*

Fuente: *Estadígrafo SPSS v.25*

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S*

- e. **Toma de decisión:** Se observa como sig: $0,197 > 0,05$ se rechaza la hipótesis de investigación H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , en efecto los productos turísticos no se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; por tanto estadísticamente tiene una correlación media.

4.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

a. Planteamiento de la hipótesis

- H_1 Los destinos turísticos se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
- H_0 Los destinos turísticos no se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

b. Margen de error

$$\alpha = 0.05$$

c. Estadístico correlación Rho de Spearman

Cuadro 12. *Comprobación de hipótesis servicios turísticos*

| | | | DESTINOS TURISTICOS | DESARROLLO TURISTICO |
|--------------------|-------------------------|-------------------------------|------------------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | DESTINOS TURISTICOS | Coeficiente de correlación | 1,000 | -,032 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,907 |
| | | N | 243 | 16 |
| | DESARROLLO TURISTICO | Coeficiente de correlación | -,032 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,907 | . |
| | | N | 16 | 16 |

Fuente: Estadígrafo SPSS v.25

Elaborado por: Gabriela Ortiz S

- f. Toma de decisión:** Se observa como sig: $0,907 > 0,05$ se rechaza la hipótesis de investigación H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , en efecto el destino turístico no se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; por tanto estadísticamente tiene una correlación positiva muy fuerte.

4.3. Presentación de resultados.

- a. **Toma de decisión:** Se observa en los resultados que no existe evidencia suficiente para aceptar la hipótesis de investigación y en consecuencia se acepta la hipótesis nula, en efecto la oferta no se relaciona con en el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- b. **Toma de decisión:** A partir de los resultados una sig: $0,435 > 0,05$ se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula, en efecto los servicios turísticos no se relacionan el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- c. **Toma de decisión:** Se observa como resultado una sig: $0,197 > 0,05$ se rechaza la hipótesis de investigación H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , en efecto los productos turísticos no se relaciona con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- d. **Toma de decisión:** La hipótesis específica 3 con un nivel de sig: $0,907 > 0,05$ se rechaza la hipótesis de investigación H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , en efecto el destino turístico no se relaciona con en el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

5. Conclusiones

- En la hipótesis general se demuestra que la oferta no tiene alguna relación con el desarrollo de las rutas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, no obstante la oferta es un componente necesario para el progreso de las rutas turísticas.
- Acorde con el análisis de los servicios turísticos, se evidencia que no existe alguna relación con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, de manera puntual se debe poner mayor énfasis en el desarrollo de las rutas turísticas de la reserva y presentar un turismo de calidad.
- Según los resultados obtenidos los productos turísticos, no poseen alguna relación con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, sin embargo estos productos son fundamentales para el manejo del turismo.
- Conforme al análisis obtenido sobre el destino turístico, este no posee alguna relación con el desarrollo de las rutas turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, por lo tanto es esencial que el destino turístico esté vinculado a la oferta turística del Ecuador a través de la consolidación y desarrollo de las rutas turísticas.

6. Recomendaciones

La oferta y el desarrollo turístico cumplen un rol fundamental en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, se considera fundamental que la Dirección de Gestión de Turismo del Municipio de Riobamba y el Ministerio del Ambiente empiecen a desarrollar estrategias para ofertar las rutas turísticas y estas aporten rubros económicos a las comunidades y empresas que se dedican al ámbito del turismo.

Se recomienda que los establecimientos que brindan servicios turísticos se capaciten constantemente, el Ministerio de Turismo y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba deben priorizar y brindar ciertas capacitaciones a estos establecimientos para el mejoramiento de calidad del servicio turístico.

Se recomienda un manejo apropiado de los productos turísticos de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, involucrando a las comunidades por parte del Ministerio del ambiente; teniendo en cuenta las preferencias y necesidades del turista, con la finalidad de contribuir a la diversificación de la oferta y desarrollo de las rutas turísticas.

Para terminar es esencial que el destino turístico esté vinculado a la oferta turística del Ecuador a través de la consolidación y desarrollo de las rutas turísticas.

7. Referencias Bibliográficas

- Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.
- Almoguera. (2019). Economía de hoy . Obtenido de Economía de hoy : <https://www.economiadehoy.es/actividad-economica>
- Álvarez. (2011). Toma de decisiones. En Álvarez, Toma de decisiones (pág. 112). Riobamba.
- Andrade. (2013). Desarrollo turístico: de la ética de los principios a la práctica del turismo responsable. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 220.
- Anónimo. (2016). Gobierno del principado de Asturias. Obtenido de Gobierno del principado de Asturias: http://movil.asturias.es/RecursosWeb/trabajastur/Estudios%20Sectoriales/PDF_Estudios%20sectoriales/turismohosteleriaysteratauracion_20170323.pdf
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de la investigación . Epistemi.
- Bessa Sarquis, A. K. (2012). Modelo de diagnóstico mercadológico en el Sector de Servicios. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, <http://www.redalyc.org/pdf/877/87724146004.pdf>.
- Bigne, Font & Andreu. (2000). Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo. Madrid: ESIC.
- Bigné, Font & Andreu. (2000). Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo. Madrid: ESIC.
- Blanco. (2008). Eumed.net. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>
- Calderón. (2009). estudiosdelturismo. Obtenido de estudiosdelturismo: <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Calvopiña. (2017). Desarrollo del producto turístico de aventura al diversificar la oferta turística en el Ecuador. Caso de estudio. Turydres, pg:9. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydres/23/turismo-aventura-ecuador.html>
- Canarias. (2019). Gobierno de Canarias. Obtenido de Gobierno de Canarias: http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html
- Cardno . (Diciembre de 2014). Arcacontal. Obtenido de Arcacontal.: http://www.arcacontal.com/media/176544/capitulo_9_pma.pdf

- Chiavenato . (2019). Bussines School. Obtenido de Bussines School: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/formacion/como-elaborar-plan-de-capacitacion/>
- Chiavenato. (2007). Virtual urbe. Obtenido de Virtual urbe: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093827/cap02.pdf>
- Conde; Ávalos & Covarrubias. (Diciembre de 2014). Valoracion de la oferta turistica del destino turistico Mnzanillo Mexico. TuryDes. Obtenido de Eumed: www.eumed.net/rev/turydes/17/manzanillo.zip
- Cooper. (2018). eumed.net. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/oferta-turistica.htm>
- DeCarli, G. (2008). Repositorio de la Univeridad de Coruña. Obtenido de Repositorio de la Univeridad de Coruña: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/7679/ROT_1_art_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fedarras, S. (Enero de 2001). La relevancia del turismo nautico en la oferta turística. Revistas.um. Obtenido de Revistas.um: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22131>
- Fresneda. (2018). Editorial Universidad de Sevilla. Obtenido de Editorial Universidad de Sevilla: http://institucional.us.es/revistas/IJWT/V5_10/Maria_Isabel_Fresneda_Rocamora.pdf
- Garcia, A. (2012). Sedici. Obtenido de Sedici: <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-algunas+consideraciones+sobre+la+actividad+tur?sequence=1>
- Gonzalez, M. V. (2004). Revistas.um. Obtenido de Revistas.um: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/67591>
- Hernadez & Pascual. (2017). Dialnet. Obtenido de Dialnet: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwis3visl9DnAhWQq1kKHZQABQMqFjAPegQIBhAB&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F6383705.pdf&usq=AOvVaw2rhte7rrlxYBKn1xb5YkaB>
- Hernandez. (2005). Medio ambiente y desarrollo. Santo Domingo: Centro cultural poveda.
- Hernandez H; Pascual A. (2003). Validación de un instrumento de investigacion para el diseño de una metodología de autoevaluación del sistema de gestión ambiental. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&cad=rj>

a&uact=8&ved=2ahUKEwis3visl9DnAhWQq1kKHZQABQMqFjAPegQIBhAB
&url=https%3A%2F%2Fdialog.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F6383705.
pdf&usg=AOvVaw2rhte7rrlxYBKnLxb5YkaB

Hernandez, Fernandez & Baptista. (1991). Metodología de la investigación. Acapulco: McGRAW - Hill Interamericana De México.

Kotler & Armstrong. (2008). Fundamentos de Marketing . Obtenido de Fundamentos de Marketing : <https://es.slideshare.net/Caris25/fundamentos-de-marketing-kotler-8a-ed-62673963>

Lorente. (2001). Amazonas. Obtenido de Amazonas: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33987986/32381-32398-1-PB.PDF?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAnales_de_Geografla_de_la_Universidad_co.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSBJ6BABX2G554O%2F2020032

MINTUR. (2014). Turismo.gob.ec. Obtenido de Turismo.gob.ec: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Mondragón. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervencion en Fisioterapia. Movimiento Cientifico, 100.

Montoriol. (7 de Junio de 2017). Caisabank. Obtenido de Caisabank: <https://www.caixabankresearch.com/la-calidad-de-la-oferta-turistica-el-reto-de-mantener-el-liderazgo>

Morangues. (2006). Organización de estados Iberoamericanos. Obtenido de Organización de estados Iberoamericanos: <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>

OMT. (2012). Organizacion Mundial del Turismo. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiF9_em8M3jAhXyqFkKHe00DVUQFjABegQIAhAC&url=http%3A%2F%2Fcf.cdn.unwto.org%2Fsites%2Fall%2Ffiles%2Fdocpdf%2Fturismoysostenibilidad_0.pdf&usg=AOvVaw1fmWbjuxV0QvX-OAbXSC

Peñuelas, R. (2008). Eumed. Obtenido de Eumed: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html

Picornell. (2015). Papersdeturisme. Obtenido de Papersdeturisme: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/395/331>

- Rengifo. (2012). Amazonas. Obtenido de Amazonas: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40371535/La_Educacion_Ambiental_Una_Estrategia_Pedagogica.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLA_Educacion_Ambiental_Una_Estrategia_PE.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credentia
- Reyes. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión . Cuadernos de turismo. Obtenido de Cuadernos de Turismo: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/13043/1/1302199.pdf>
- Rodriguez. (12 de Octubre de 2013). Aula Virtuales. Obtenido de Aula Virtuales: <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- Ruidiaz. (2017). Repositorio.Upse. Obtenido de Repositorio.Upse: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4150/UPSE-THT-2017-0019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sancho, A. (2011). OMT. Obtenido de OMT: <file:///F:/Tutorias/Investigaciones/Introduccion-Al-Turismo-OMT.pdf>
- Santana. (Junio de 2003). bitstream. Obtenido de bitstream: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/51116/mast1de2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santana. (2003). Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El Caso De Maspalomas (Gran Canaria). Bellaterra, España. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/51116/mast1de2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SEGITTUR. (2019). Segittur. Obtenido de Segittur: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Serrano & Pucha. (2017). Indicadores Turísticos: Oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca-Ecuador. *Revista Iberoamericana de Turismología*, 59.
- Serrano. (2011). El Turismo en las áreas protegidas como medio para lograr el desarrollo sustentable en Centroamérica. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1541/1/serrano_sg.pdf
- Serrano 6. (s.f.). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3966803.pdf>
- Sevilla. (2019). Aytojaen. Obtenido de Aytojaen: http://www.aytojaen.es/portal/RecursosWeb/Documentos/1/0_1086_1.pdf

- Siddharth. (2020). Explorable.com. Obtenido de Explorable.com: <https://explorable.com/es/estudio-correlacional>
- Swiss. (2014). Desarrollo Turístico para un crecimiento Económico Sostenible. swisscontact, 5.
- UNESCO. (2019). Organización de las Naciones Unidas. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/culture-and-development/>
- UNICEF. (2000). Centro de investigaciones innocenti. Obtenido de Centro de investigaciones innocenti: <http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cd2/archives/unicef00/13.dir/unicef0013.pdf>
- Valls, F. (2009). Cloudturism. Obtenido de Cloudturism: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-6%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%3A%20Definici%C3%B3n%2C%20funciones%2C%20agentes%2C%20componentes%20y%20estructura>
- Varisco, C. (2008). Nulan. Obtenido de Nulan: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Veloz. (2016). Guías Ecuador. Obtenido de Guías Ecuador: <https://guiasecuador.wixsite.com/2016/blank-cc75y>
- Viñals. (2002). Factores determinantes del desarrollo turístico del Distrito de Yura. TuryRedes. Obtenido de TuryRedes: https://www.researchgate.net/profile/Marisol_Benites/publication/254411979_Factores_Determinantes_Del_Desarrollo_Turistico_Del_Distrito_De_Yura/links/5867a aac08ae8fce491595bc/Factores-Determinantes-Del-Desarrollo-Turistico-Del-Distrito-De-Yura.Pdf
- Welch & Comer. (1988). Dialnet. Obtenido de Dialnet: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwis3visl9DnAhWQq1kKHZQABQMqFjAPegQIBhAB&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F6383705.pdf&usg=AOvVaw2rhte7rrlxYBKnlxb5YkaB>
- Yangué, M. &. (2016). El Desarrollo Turístico Sostenible Tren Crucero del Ecuador. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 60. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275004.pdf>
- Zamora. (2019). Rentabilidad Y Ventaja Comparativa: Un Análisis De Los Sistemas De Producción De Guayaba En El Estado De Michoacán. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

ANEXOS.

Anexo 1.- PROPUESTA

1. Título de la propuesta

Estrategias para diversificar la oferta turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

2. Introducción

Según menciona la OMT, el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras. Durante los últimos 20 años, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. (MINTUR, 2014)

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales. (MINTUR, 2014)

Riobamba, “La Sultana de los Andes”, ubicada a los pies del Chimborazo, es también conocida como la “Ciudad de las Primicias” porque aquí se protagonizaron hechos fundamentales en la vida del Ecuador como la firma de la primera constitución en 1830, además la ciudad figura como cuna de personajes ilustres. (MINTUR, 2014)

La propuesta orientada en establecer estrategias de calidad de servicio para mejorar y diversificar la oferta turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, se la ha elaborado debido a que los turistas de hoy en día son más exigentes al momento de recibir un servicio, estas estrategias son de mucha importancia por el cual se alcanzara la satisfacción del turista mediante sus preferencias y necesidades.

Como consiguiente se realiza la identificación de los atractivos turísticos principales de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, el cual sirve como base para la diversificación de la oferta turística y es fundamental el diseño de un portafolio de servicios turístico el cual se incluyó los pymes, las actividades y datos relevantes de los atractivos con el fin de diversificar la oferta de las rutas turísticas.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

- ❖ Determinar estrategias para diversificar la oferta turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

3.2. Objetivos específicos

- ❖ Elaborar un plan de capacitación para los prestadores de servicio de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo basadas en la atención y servicio al cliente.
- ❖ Diseñar un portafolio de productos turísticos para mejorar la diversificación de la oferta de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- ❖ Precisar estrategias de comercialización de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

4. Contenido de la propuesta

4.1. Características del lugar

A continuación se detalla la información general de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, desplegada por el Ministerio del Ambiente.

Cuadro 13. Información de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

| Datos | Información |
|---|--|
| Creación de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo se crea mediante Acuerdo Ministerial No 437 del 26 de Octubre de 1987, publicado en el Registro Oficial No. 806 del 9 de Noviembre de 1987. |
| Extensión | Área de 58.530 hectáreas |
| Ubicación | Se encuentra entre las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Bolívar |
| Coordenadas geográficas | Se localiza a 740028,661 E y 9842292,443 N |
| Clima | Frio, mínimo -4,80°C y máximo: 11,40°C |
| Rango altitudinal | 3800 – 6268 m.s.n.m. |
| Precipitación anual | 809 mm a 1300 mm/añual. |

Comunidades

En la zona de influencia se asientan 41 comunidades que se dedican a varias actividades, distribuidas en las 3 provincias.

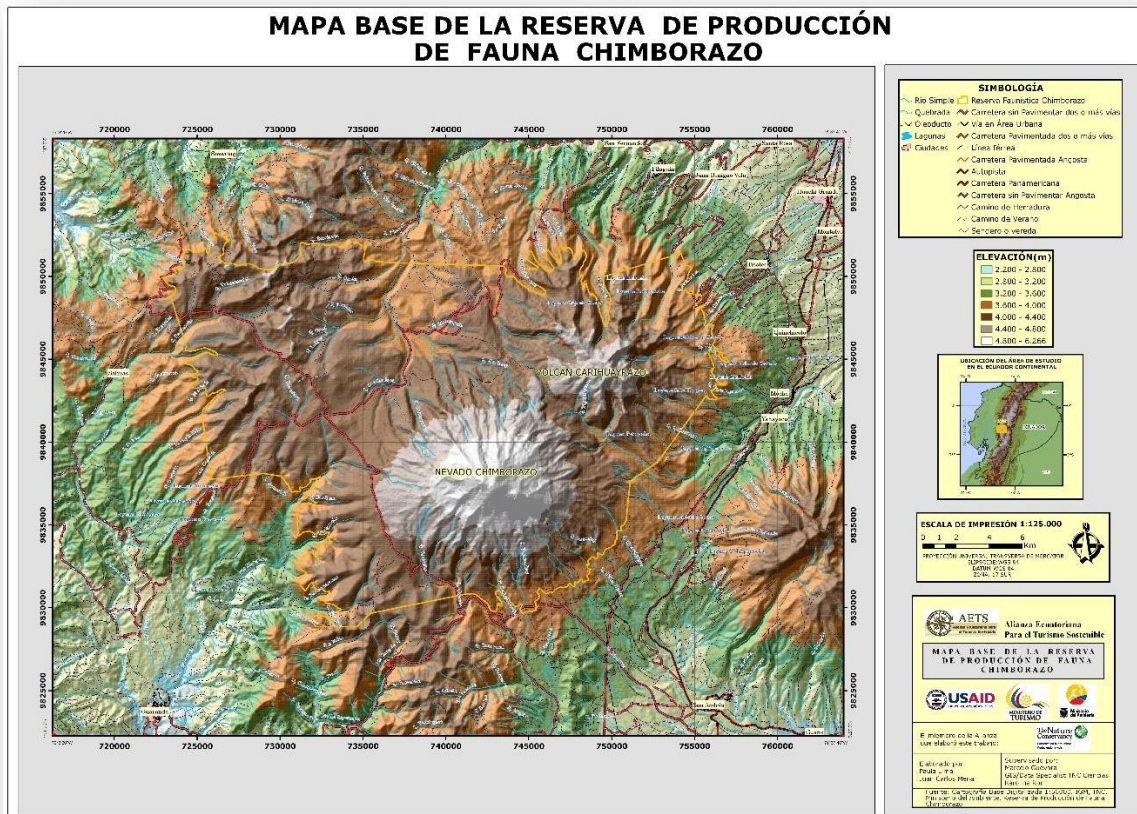
Servicios básicos

- Energía eléctrica
- Agua potable
- Vías de acceso
- Internet
- Telefonía
- Hospitales – centros de salud

Fuente: MAE

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 1. Mapa General de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo



Fuente: MAE

4.2. Plan de capacitación

El plan de capacitación es un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos. (Chiavenato, 2019)

4.2.1. Diseño del plan de capacitación a los prestadores de servicios

A continuación, se detalla el plan de capacitación a prestadores de servicios de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, con la finalidad de aportar conocimientos actualizados, aptitudes y habilidades.

Plan de capacitación

Objetivos

- Perfeccionar el servicio y la atención al cliente.
- Promover la promoción turística.
- Control y mejora de calidad.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Objetivo

Capacitar a los prestadores de servicios con temas orientados en atención y servicio al cliente para fortalecer su intelecto en el ámbito turístico

TALLER

| TEMA | COMPONENTES | OBJETIVO | DURACIÓN | LUGAR | ENCARGADO |
|----------------------------|---|--|----------|-----------------------|--|
| Atención al cliente | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Presencia personal ➤ Políticas de calidad ➤ Estrategias de atención al cliente ➤ Como evitar conflictos ➤ Tipologías de clientes ➤ Información indispensable | Alcanzar la excelencia en la atención al cliente, con distintas técnicas logrando mejorar su servicio. | 2 meses | Instalaciones del MAE | Unidad de turismo Expertos del tema |

TALLER

| | | | | | |
|----------------------------|--|--|---------|-----------------------|--|
| Servicio al cliente | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad de servicio ➤ Cultura de servicio ➤ Satisfacción al cliente ➤ Técnicas de servicio ➤ Empatía y asertividad en el servicio ➤ Actitud de servicio ➤ Control emocional personal | poseer conocimientos actualizados para atender clientes internos y externos ofreciendo calidad de servicio | 3 meses | Instalaciones del MAE | Unidad de turismo expertos del tema |
|----------------------------|--|--|---------|-----------------------|--|

| TALLER | | | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|---------|-----------------------|-------------------|----|--|
| Seguimiento y mejora continua | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ciclo PDCA ➤ Medidas correctivas ➤ Evaluaciones anuales ➤ Acciones de mejora ➤ Fichas de observación ➤ Buzón de sugerencias ➤ Políticas de incentivos ➤ Analizar la satisfacción al cliente | Mejorar los procesos de la organización implementando controles de seguimiento para la mejora continua de la productividad | 3 meses | Instalaciones del MAE | Unidad de turismo | de | |
| Grupo de interés | Empresas, estudiantes, empleadores | | | | | | |
| Recursos | Documentos de apoyo, computador, Infocus | | | | | | |
| Aliados estratégicos | Ministerio de turismo, Gobierno autónomo descentralizado de Riobamba | | | | | | |
| Beneficiarios | Prestadores de servicios turísticos, comunidades y turistas que visiten la reserva | | | | | | |
| Presupuesto | \$200,00 | | | | | | |

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

4.3. Productos del Portafolio Turístico

4.3.1. Atractivos turísticos

La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo es un área protegida con un ecosistema único y emblemático del país, dentro de esta área podemos encontrar varios atractivos turísticos en los cuales se puede efectuar diferentes actividades turísticas en las rutas existentes.

Cuadro 14. *Atractivos turísticos de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo*

| Nombre | Tipo de atractivo | Descripción |
|--------------------------|--------------------------|---|
| Nevado Chimborazo | Natural | El Nevado Chimborazo la montaña más alta del mundo con 6384 km medidos desde el centro de la tierra. Cubierta de hielo la mayor parte del año, está formado por tres picos, el producto de los deshielos ha formado corrientes dando vida a las lagunas existentes, dando forma a paisajes únicos con grandes ecosistemas de paramo muy bien conservados. |

| | | |
|-----------------------------|----------|--|
| Templo Machay | Cultural | El Templo Machay en es una cueva de formación geológica natural que los antiguos indígenas de la región la usaban como centro ceremonial y de veneración al Nevado Chimborazo. Existe una ruta que es de 8 km y se puede recorrer con guías naturalista. |
| Árbol Solitario | Natural | El Árbol Solitario es una especie de arbusto grande de 5m de alto y un diámetro de 6m, el cual se encuentra en medio del páramo, rodeado de dunas ubicado a las faldas del Nevado Chimborazo, donde se puede realizar diferentes actividades como trekking, camping, fotografía. |
| Bosque Polilepys | Natural | El Bosque Polilepys se encuentra al Este de la Reserva, su extensión es de 4 hectáreas. Este bosque está rodeado de una formación rocosa que permite atraer al visitante e introducirse a un ambiente más cálido en comparación de la fuerza del viento afuera del remanente. |
| Cañón de la Chorrera | Natural | El cañón de la Chorrera es una formación rocosa en la descende una caída de aguas cristalina de aproximadamente 25 metros de altura, el sitio presenta formaciones rocosas ideales para escalar y sentir la adrenalina. |
| Cuartel de los Incas | Cultural | El cuartel de los Incas se halla en una planicie formada por un antiguo valle glacial con un pequeño declive en dirección de la carretera principal. En este sitio se realizaban rituales y también se puede observar un manantial con aguas minerales y cristalinas. |
| Yana Rumi | Natural | Yana Rumi que significa piedra negra, es una gran roca de aproximadamente 60 m de altura, desde la cima de la roca se puede observar el maravilloso paisaje que rodea al atractivo, aquí se realiza ritos ceremoniales. |

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

4.3.2. Infraestructura y equipamiento

Cuadro 15. *Infraestructura y equipamiento*

| | |
|---|--|
| Servicios básicos | <ul style="list-style-type: none"> • Luz • Agua • Teléfono fijo • Internet • Servicios higiénicos |
| Centro de información de visitante | <ul style="list-style-type: none"> • Registros de visitante |
| Centro de artesanías y cafetería | <ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • Venta de productos de los comuneros. |
| Centro de servicios turísticos el Arenal | <ul style="list-style-type: none"> • Refugio hermanos Carrel • Refugio Whymper |

| | |
|---|---|
| Parqueadero | <ul style="list-style-type: none"> • Vehículos y espacios marcados |
| Centros de salud | <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad San Juan |
| Gasolineras y talleres mecánicos | <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad San Juan |
| Facilidades bancarias | <ul style="list-style-type: none"> • Ciudad de Riobamba |

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

4.3.3. Actividades turísticas

Cuadro 16. *Actividades turísticas*

| | |
|--------------------------------|--|
| Actividades recreativas | <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Senderismo • Interpretación ambiental • Fotografía • Observación de flora y fauna • Ciclismo • Escalada • Camping |
|--------------------------------|--|

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

4.3.4. Servicios Turísticos

Cuadro 17. *Servicios turísticos*

| Comunidades de la RPFCH | Servicios |
|--------------------------------------|--|
| Casa Cóndor | <ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Alimentación • Artesanías • Servicios adicionales |
| Chorrera Mirador | <ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • Artesanías • Camping |
| Santa Rosa de Chuquipogyos | <ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento |
| Aso. De Mujeres Visión Futura | <ul style="list-style-type: none"> • Guianza • Alimentación |
| Estación del Tren Urbina | <ul style="list-style-type: none"> • Artesanías • Centro de interpretación del Hielo • Souvenirs |

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

4.3.5. Diversificación de la oferta turística

La diversificación de la oferta plantea productos turísticos diferenciados para captar nuevos turistas, con la finalidad de satisfacer las necesidades y fidelizar en mercados globales generando interés de conocer sitios únicos.

4.3.6. Diseño del portafolio turístico

Objetivos

Dar a conocer los productos turísticos y actividades recreativas que se pueden realizar en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo



PORTAFOLIO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Reserva de Producción De Fauna Chimborazo

MISIÓN

Ofrecer un portafolio con actividades turísticas novedosas para poder satisfacer a nuestros clientes potenciales.

VISIÓN

Expandir nuestros servicios y generar múltiples alternativas para todo tipo de turistas.

Ruta Templo Machay

Datos

Ruta 8.4km

Tipo de camino Arenal

Nivel físico - medio

Requerimiento de guía

Actividades

° Senderismo en media montaña

° Fotografía

° Observación de flora y fauna

° Camping

° Interpretación ambiental

Hospedaje y alimentación

° Casa condor

° Refugio Carrel

° Chimborazo Lodge



Ruta Polylepis

Datos

Ruta 6km

Tipo de camino
Arenal, pajonal

Nivel físico Bajo

Requerimiento de guía

Actividades

- ° Senderismo en media montaña
- ° Fotografía
- ° Observación de flora y fauna
- ° Camping
- ° Interpretación ambiental

Hospedaje y alimentación

- ° Casa condor
- ° Chorrera mirador



Ruta Cañón de la Chorrera

Datos

Ruta 2 km

Tipo de camino rocoso

Nivel físico Medio

Recorrido autoguiado

Actividades

- ° Escalada
- ° Fotografía
- ° Observación de paisaje
- ° Camping
- ° Trekking

Hospedaje y alimentación

- ° Casa condor
- ° Chorrera mirador



Ruta Nevado Chimborazo

Datos

Ruta 10.1 km

Tipo de camino
Pedroso-arenal

Nivel físico Medio

Requerimiento de guía

Actividades

- ° Senderismo en media montaña
- ° Fotografía
- ° Observación de flora y fauna
- ° Camping
- ° Interpretación ambiental

Hospedaje y alimentación

- ° Refugio Carrel
- ° Refugio Whymper
- ° Casa Condor
- ° Lodge Estrellita de Chimborazo



Ruta Ciclística Talahua

Datos

Ruta 37.5 km

Tipo de camino Arenal

Nivel físico Bajo

Requerimiento de guía

Actividades

- ° Cicloturismo
- ° Fotografía
- ° Observación de flora y fauna
- ° Interpretación ambiental

Hospedaje y alimentación

- ° Refugio Carrel
- ° Refugio Whymper
- ° Casa Condor
- ° Chorrera mirador



4.4. Estrategias de comercialización turística

Las estrategias de comercialización de las rutas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo nos ayudan a diversificar la oferta turística y de cierta forma ser reconocidos por el cliente y lograr un posicionamiento a nivel local, nacional e internacional.

Cuadro 18. *Estrategias de comercialización*

| Estrategias de comercialización de las Rutas Turísticas | |
|--|---|
| Objetivo | Contar con un portafolio turístico que inserte atractivos naturales y culturales, servicios y actividades turísticas. |
| Propósito | Pretender la ampliación de la oferta turística |
| Métodos | |
| Estrategias de productos | <ul style="list-style-type: none">• Consiste en ofrecer productos turísticos de óptima calidad con una atención caracterizada y confiable• Servicios especializados• Seguridad• devoluciones |
| Estrategia selectiva | <ul style="list-style-type: none">• Reside en elegir a los mejores puntos de ventas para la zona |
| Estrategias de precios | <ul style="list-style-type: none">• Descuentos• Periodos de pagos• Planes de crédito• Precios por feriados• Precios de promoción |
| Estrategias de comercialización on line | <ul style="list-style-type: none">• Permite el alto posicionamiento en buscadores (+ visitas = + reservas)• Campañas de publicidad• ADS Portales temáticos especializados en viajes. |
| Estrategias de promoción | <ul style="list-style-type: none">• Invertir en publicidad a través de medios masivos.• Promociones a grupos• Marketing directo |
| Beneficiarios | Comunidades, los prestadores de servicios, los turistas que visiten la reserva |
| Presupuesto | \$100 usd. |
| Recursos | Económicos – Humanos – Tecnológicos |
| Duración | 30 días |

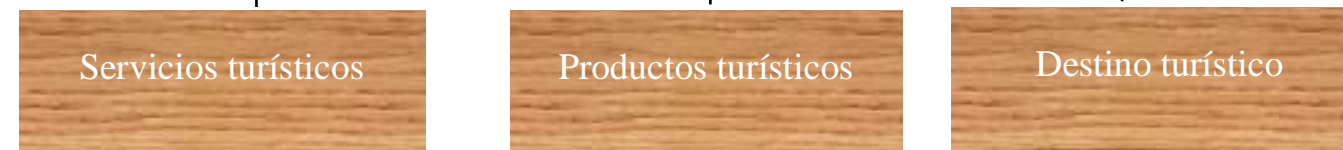
Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

Anexo 2. Árbol de problemas

EFFECTOS



CAUSAS



Anexo 3. Encuesta de la variable independiente: Oferta Turística



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

**Cuestionario dirigido para los turistas que visitan la Reserva de Producción de Fauna
Chimborazo**

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Ana Gabriela Ortiz Sotelo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Esta encuesta tiene como finalidad calificar la oferta turística desarrollada en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, y con la obtención de información cuantificable plantear estrategias para su mejora.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- a) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son confidenciales y de uso exclusivo para la investigación.
- b) Lea detenidamente cada ítems y responda con una (X) según su criterio, teniendo en cuenta la escala de valoración siguiente:

1= Malo 2= Regular 3= Bueno 4= Muy Bueno 5= Excelente

A. INFORMACIÓN PERSONAL

| | | | | |
|----------------|-----------|--|----------|--|
| Género: | Masculino | | Femenino | |
|----------------|-----------|--|----------|--|

| | | | | | | | | |
|--------------|-------|--|-------|--|-------|--|------|--|
| Edad: | 18-28 | | 29-39 | | 40-49 | | + 50 | |
|--------------|-------|--|-------|--|-------|--|------|--|

| | | | | | | | | | | |
|------------------------------|----------|--|------------|--|-------------------------|--|--------------|--|--------------|--|
| Nivel de instrucción: | Primaria | | Secundaria | | Técnico/ Tecnológico | | Tercer nivel | | Cuarto nivel | |
|------------------------------|----------|--|------------|--|-------------------------|--|--------------|--|--------------|--|

B. OFERTA TURÍSTICA

| N°. | ITEMS | PARAMETROS | | | | |
|-----|---|-------------|----------------|--------------|------------------|------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | PRODUCTOS TURÍSTICOS | Malo | Regular | Bueno | Muy Bueno | Excelente |
| 1. | Califique la oferta de los atractivos turísticos de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 2. | Califique la oferta de las actividades turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 3. | Califique la atención de preferencias y necesidades consideradas en los productos turísticos | | | | | |
| 4. | Califique la utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos | | | | | |
| | SERVICIOS TURÍSTICOS | | | | | |
| 5. | Califique la oferta de los servicios de guianza | | | | | |
| 6. | Califique la oferta de los servicios de restauración | | | | | |
| 7. | Califique la calidad de la intermediación turística | | | | | |
| | DESTINOS TURÍSTICOS | | | | | |
| 8. | Califique el estado actual de los atractivos naturales y culturales | | | | | |
| 9. | Califique el estado actual de la infraestructura turística | | | | | |

**¡Muchas gracias
por su tiempo!**

Anexo 4. Encuesta de la variable dependiente: Desarrollo Turístico



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

Cuestionario dirigido para los funcionarios del Ministerio del Ambiente

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Ana Gabriela Ortiz Sotelo

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Esta encuesta tiene como finalidad calificar el desarrollo turístico de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, y con la obtención de información cuantificable plantear estrategias para su mejora.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- c) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son confidenciales y de uso exclusivo para la investigación.
- d) Lea detenidamente cada ítems y responda con una (X) según su criterio, teniendo en cuenta la escala de valoración siguiente:

1= Malo 2= Regular 3= Bueno 4= Muy Bueno 5= Excelente

INFORMACIÓN PERSONAL

| | | |
|----------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| Género: | <input type="checkbox"/> Masculino | <input type="checkbox"/> Femenino |
|----------------|------------------------------------|-----------------------------------|

| | | | | |
|--------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Edad: | <input type="checkbox"/> 18-28 | <input type="checkbox"/> 29-39 | <input type="checkbox"/> 40-49 | <input type="checkbox"/> + 50 |
|--------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|

| | | | | | |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Nivel de instrucción: | <input type="checkbox"/> Primaria | <input type="checkbox"/> Secundaria | <input type="checkbox"/> Técnico/ Tecnológico | <input type="checkbox"/> Tercer nivel | <input type="checkbox"/> Cuarto nivel |
|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------------|

C. DESARROLLO TURÍSTICO

| N°. | ITEMS | PARAMETROS | | | | |
|-----|---|-------------|----------------|--------------|------------------|------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | MEDIO AMBIENTAL | Malo | Regular | Bueno | Muy Bueno | Excelente |
| 1. | Califique el plan de manejo ambiental de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 2. | Califique la educación ambiental que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 3. | Califique el cumplimiento de los procedimientos de capacidad de carga en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| | ECONÓMICOS | | | | | |
| 4. | Califique la actividad económica que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 5. | Califique la afluencia turística que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 6. | Califique la importancia de la rentabilidad económica que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 7. | Califique la importancia de la empleabilidad turística que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| | SOCIO CULTURAL | | | | | |
| 8. | Califique los servicios básicos del área de influencia de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 9. | Califique las vías de acceso de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 10. | Califique la importancia de los centros de capacitación que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |
| 11. | Califique el desarrollo cultural que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo | | | | | |

**¡Muchas gracias
por su tiempo!**

Anexo 5. Matriz de la validación de expertos: Oferta Turística



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: *Diego Calvoña*

TÍTULO/GRADO:

| | |
|---------------|-------|
| Ph.D..... | (X) |
| Doctor..... | () |
| Magíster..... | () |

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

El instrumento de medición pertenece a la variable: *Oferta Turística*

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

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

SUGERENCIAS:.....

[Firma manuscrita]
 Firma del Experto



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: *Hector Pacheco*

TÍTULO/GRADO:

| | |
|---------------|-----|
| Ph.D..... | (✓) |
| Doctor..... | () |
| Magíster..... | () |

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: *Unach*

FECHA: *20-01-2020*

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta Turística ✓
 Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

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

SUGERENCIAS:.....

[Firma manuscrita]
 Firma del Experto



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Daniel Guerrero

TÍTULO/GRADO:

| | |
|---------------|-----|
| Ph.D..... | () |
| Doctor..... | () |
| Magíster..... | () |

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta Turística

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

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

SUGERENCIAS:.....


Firma del Experto



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:.....Diego Calvopiña.....

TÍTULO/GRADO:

| | |
|---------------|-----|
| Ph.D..... | (X) |
| Doctor..... | () |
| Magíster..... | () |

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico

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

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

SUGERENCIAS:.....


Firma del Experto

Anexo 6. Matriz de validación de expertos: Desarrollo Turístico.



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:..... *Daniel Guerrero*

TÍTULO/GRADO:

| | |
|---------------|-----|
| Ph.D..... | () |
| Doctor..... | () |
| Magíster..... | () |

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico

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

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

SUGERENCIAS:.....


 Firma del Experto



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

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:.....

TÍTULO/GRADO:

| | |
|---------------|-------------------------------------|
| Ph.D..... | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Doctor..... | <input type="checkbox"/> |
| Magíster..... | <input type="checkbox"/> |

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: *Noroch*.....

FECHA: *20-01-2020*.....

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo de las rutas turísticas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico
 Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

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

SUGERENCIAS:.....

Margarita...
 Firma del Experto

Anexo 7. Oficio dirigido al Ministerio del Ambiente



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



Riobamba, 16 de enero de 2020
Oficio No. 020-CGYH/T-2020.

Ingeniero
Javier Tingo
**DIRECTOR PROVINCIAL DEL
MINISTERIO DEL AMBIENTE**
Presente:

Estimado Ingeniero:

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. Ortiz Sotelo Ana Gabriela estudiante de décimo semestre de la Carrera, pedido que lo hago en virtud que la Srta. está realizando el proyecto de investigación titulado "Oferta y desarrollo de las rutas turísticas en la reserva de producción de fauna Chimborazo", por lo que requiere la siguiente información:

- Funcionamiento legal del Ministerio del Ambiente.
- Rutas, facilidades y servicios turísticos.
- Inventario de los atractivos turísticos.
- Inventario de las rutas turísticas.
- Inventario de los servidores y prestadores turísticos.
- Metodología para el desarrollo de las propuestas.
- Información general de las Comunidades aledañas y su participación en planes y proyectos.
- Antecedentes y estudios bibliográficos.
- Plan de manejo de visitantes.

Esta información le servirá a la señorita estudiante para concluir su proyecto de investigación previo a la obtención de su título como Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera.

Por la atención que se sirva dar a lo solicitado anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,


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

Elaborado por: Ximena Yambay
Copia. archivo

DIRECCIÓN PROVINCIAL
DEL AMBIENTE DE
CHIMBORAZO

Ministerio del Ambiente
RECIBIDO POR
Nombre: Rosa Chiriz
Fecha: 20-01-2020 Hora: 15:44
Firma: 

Anexo 8. Presentación de resultados variable independiente: Oferta turística

Información general

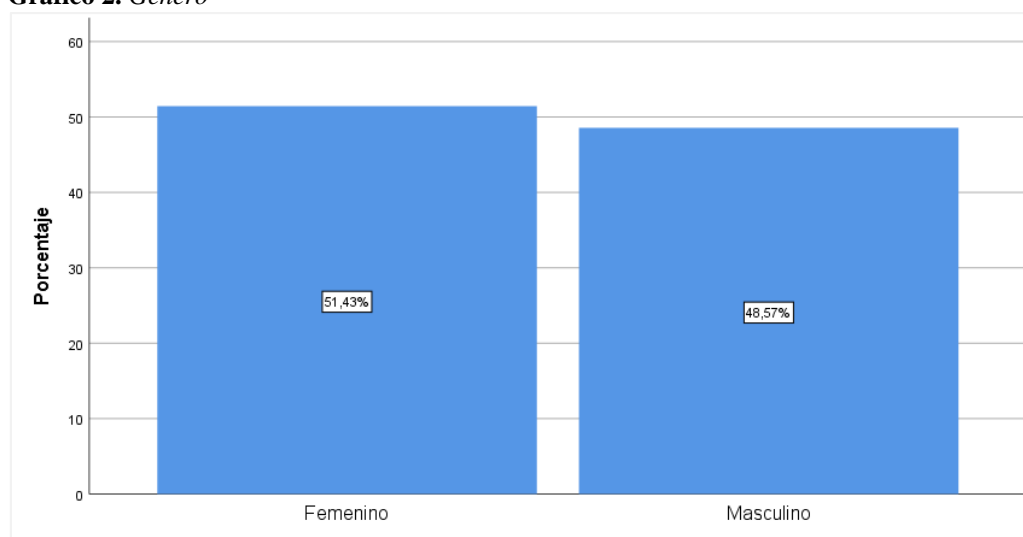
Tabla 3. *Genero*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Femenino | 126 | 51,4 | 51,4 | 51,4 |
| | Masculino | 119 | 48,6 | 48,6 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: *Encuestas aplicadas en enero de 2020*

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

Gráfico 2. *Genero*



Fuente: *Encuestas aplicadas en enero de 2020*

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

Se puede observar en la siguiente tabla que 51,43% que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo corresponde al género femenino y el 48,57% corresponde al género masculino. Se concluye que las féminas poseen mayor presencia en visita a la reserva.

Edad

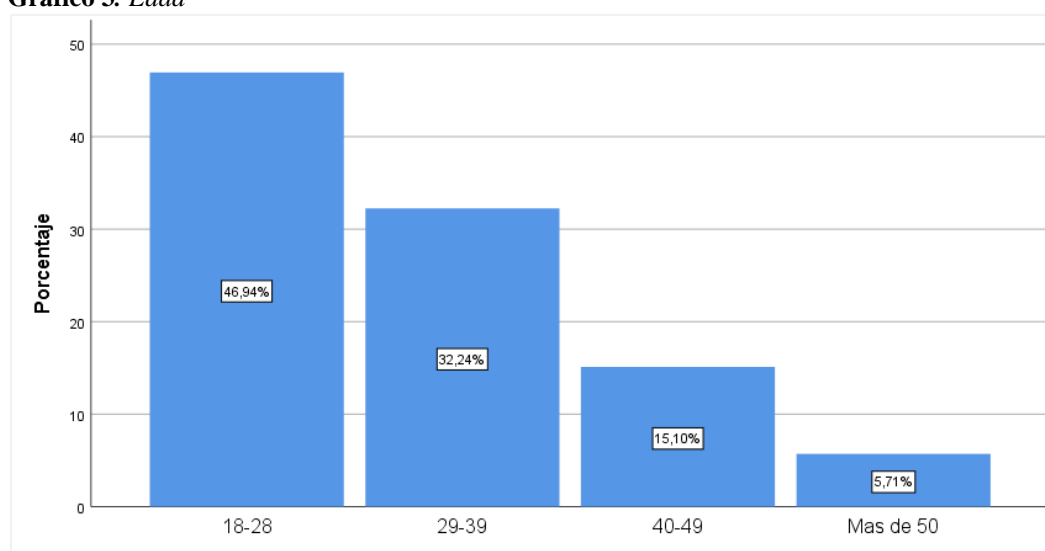
Tabla 4. Edad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 18-28 | 115 | 46,9 | 46,9 | 46,9 |
| | 29-39 | 79 | 32,2 | 32,2 | 79,2 |
| | 40-49 | 37 | 15,1 | 15,1 | 94,3 |
| | Más de 50 | 14 | 5,7 | 5,7 | 100,0 |
| Total | | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 3. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Se puede observar que el 46,94% de los encuestados tienen una edad de 18-28 años, el 32,24% corresponden a la edad de 29-39 años, el 15,10% corresponde de 40-49 años y el 5,71% a más de 50 años. Se concluye que el mayor porcentaje de edad está interesados en visitar la reserva que corresponde a personas jóvenes.

Nivel de Instrucción

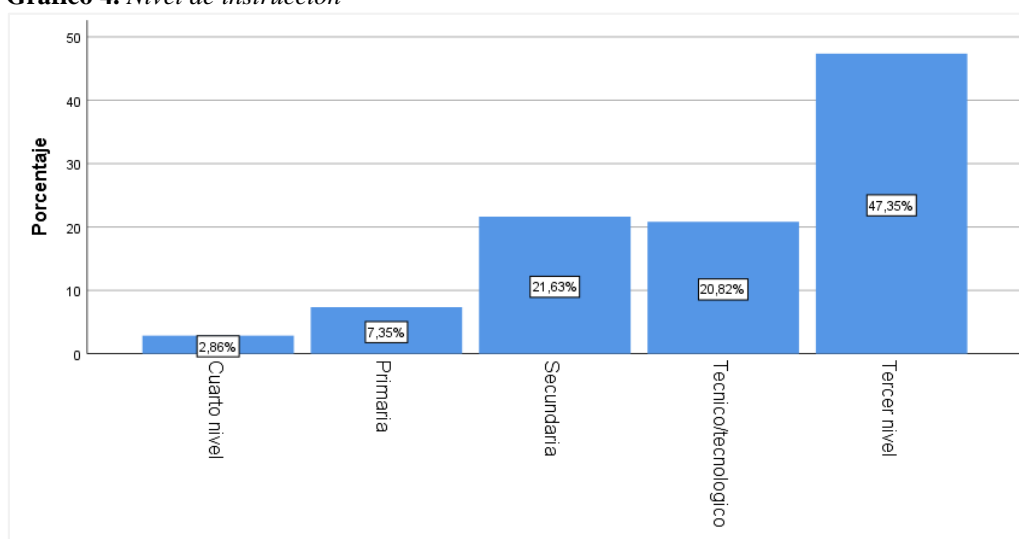
Tabla 5. Nivel de instrucción

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Cuarto nivel | 7 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Primaria | 18 | 7,3 | 7,3 | 10,2 |
| | Secundaria | 53 | 21,6 | 21,6 | 31,8 |
| | Técnico/tecnológico | 51 | 20,8 | 20,8 | 52,7 |
| | Tercer nivel | 116 | 47,3 | 47,3 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 4. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Se puede observar que la mayoría de los encuestados de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo tienen un grado de instrucción de tercer nivel con el 47,35%, después le sigue el técnico-tecnológico con el 20,82%, seguido el nivel de instrucción de secundaria con el 21,63%, seguido el siguiente nivel de instrucción primaria con el 7,35% y finalmente el 2,86% corresponde al cuarto nivel de instrucción. Se concluye que el mayor porcentaje de visita corresponde al nivel de instrucción de tercer nivel.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. Califique la oferta de los atractivos turísticos de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

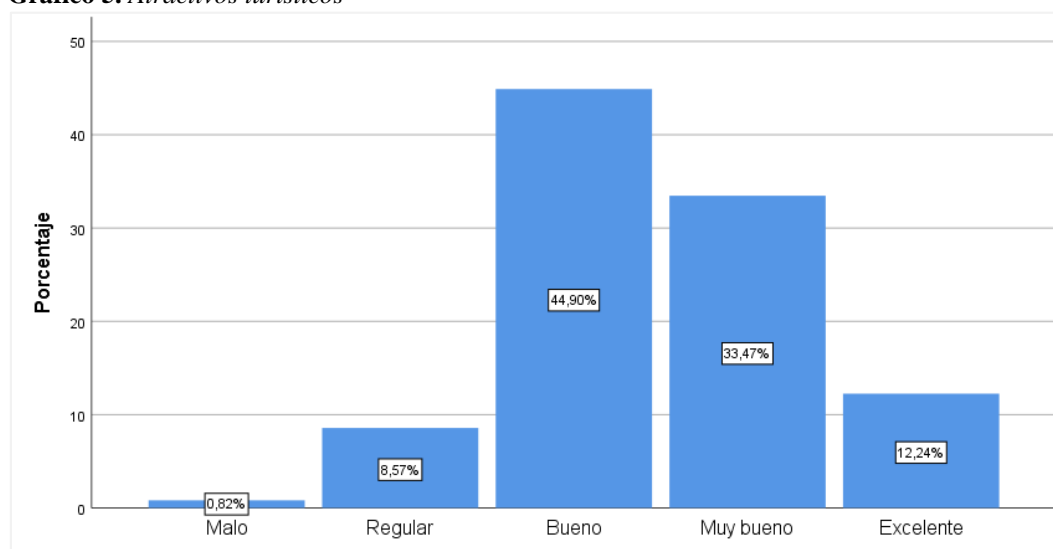
Tabla 6. *Atractivos turísticos*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Regular | 21 | 8,6 | 8,6 | 9,4 |
| | Bueno | 110 | 44,9 | 44,9 | 54,3 |
| | Muy bueno | 82 | 33,5 | 33,5 | 87,8 |
| | Excelente | 30 | 12,2 | 12,2 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 5. *Atractivos turísticos*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Podemos observar que el mayor porcentaje de visitantes con el 44,90% califica como bueno el estado de los atractivos, seguido como muy bueno el 33,47%, como excelente el 12,24%, como regular el 8,57% y finalmente el 0,82% como malo. Concluimos que los atractivos turísticos se encuentran en buen estado para ser visitados.

2. Califique la oferta de las actividades turísticas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

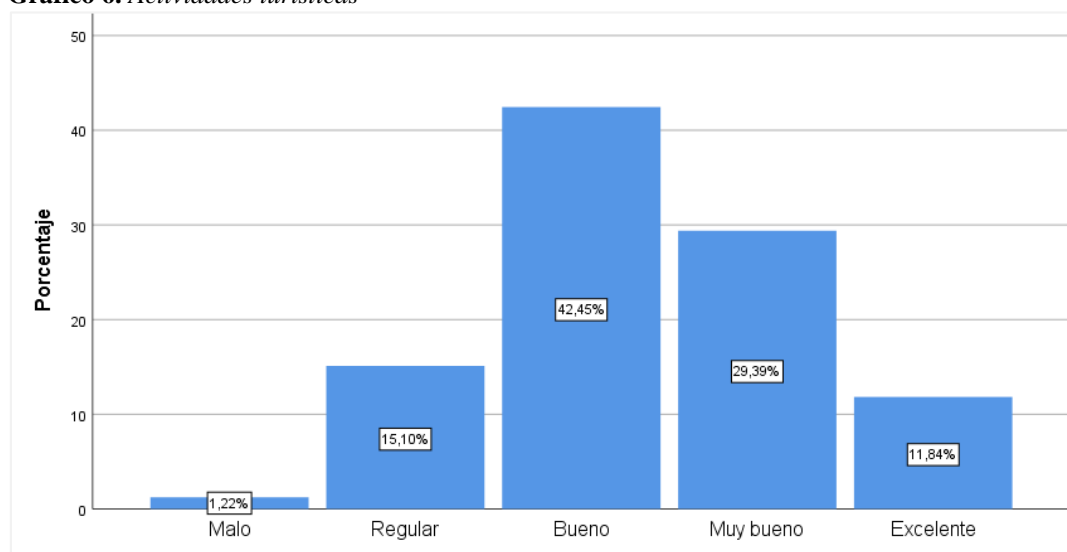
Tabla 7. Actividades turísticas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 3 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | Regular | 37 | 15,1 | 15,1 | 16,3 |
| | Bueno | 104 | 42,4 | 42,4 | 58,8 |
| | Muy bueno | 72 | 29,4 | 29,4 | 88,2 |
| | Excelente | 29 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 6. Actividades turísticas



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 42,45% de los encuestados califica como bueno las actividades turísticas, el 29,39% como muy bueno, seguido como regular con 15,10%, como excelente el 11,84% y finalizamos con el 1,22% como malo. Se concluye que las actividades turísticas ofrecidas a las turistas son buenas para ejercerlas y ofertarles.

3. Califique la atención de preferencias y necesidades consideradas en los productos turísticos

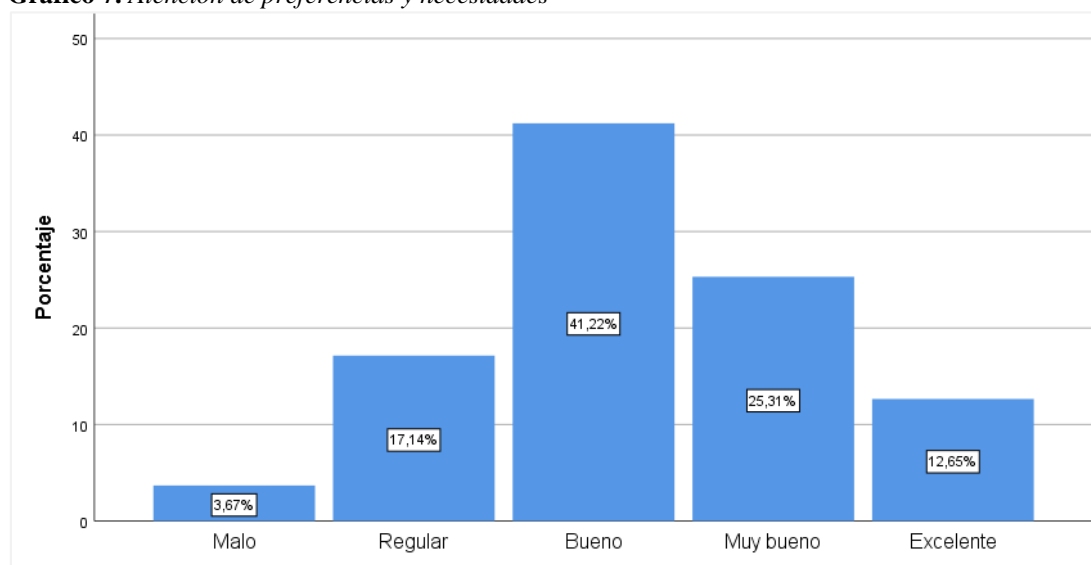
Tabla 8. Atención de preferencias y necesidades

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 9 | 3,7 | 3,7 | 3,7 |
| | Regular | 42 | 17,1 | 17,1 | 20,8 |
| | Bueno | 101 | 41,2 | 41,2 | 62,0 |
| | Muy bueno | 62 | 25,3 | 25,3 | 87,3 |
| | Excelente | 31 | 12,7 | 12,7 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 7. Atención de preferencias y necesidades



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Con relación a la atención de preferencias y necesidades la mayoría de los encuestados con el 41,22% califica como bueno, el 29,31% como muy bueno, seguido con el 17,24% como regular, con el 12,65% califica excelente y el 3,67% como malo. Concluimos que si se presta atención a las necesidades de los turistas al ofertarle un producto turístico.

4. Califique la utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos

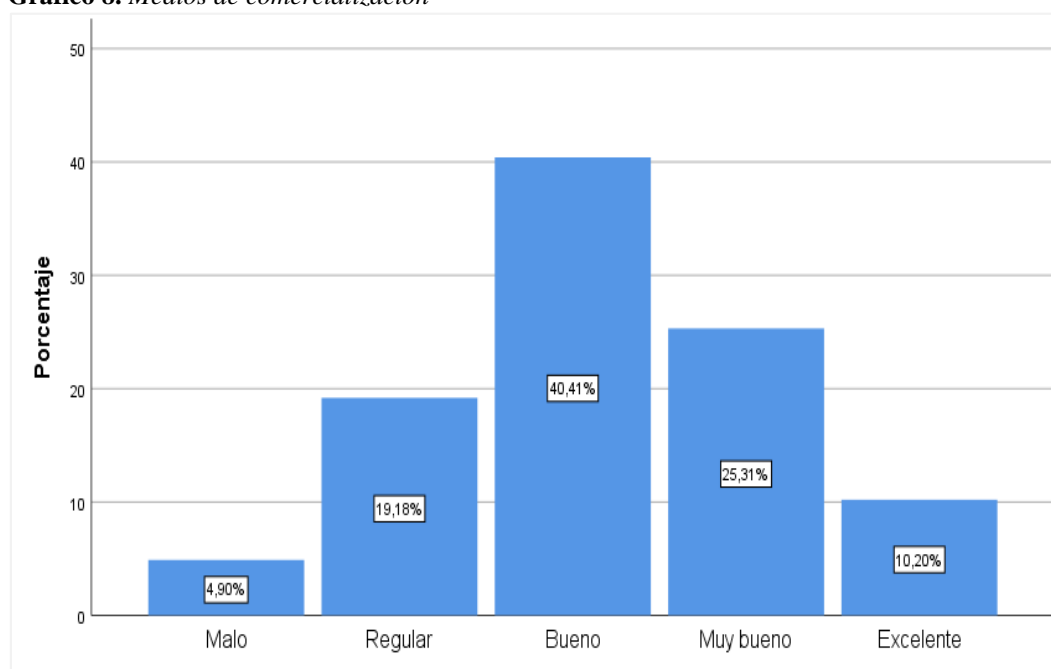
Tabla 9. Medios de comercialización

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 12 | 4,9 | 4,9 | 4,9 |
| | Regular | 47 | 19,2 | 19,2 | 24,1 |
| | Bueno | 99 | 40,4 | 40,4 | 64,5 |
| | Muy bueno | 62 | 25,3 | 25,3 | 89,8 |
| | Excelente | 25 | 10,2 | 10,2 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 8. Medios de comercialización



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Los medios de comercialización son muy utilizados por los turistas el 25,31% califica como muy bueno, seguido el 40,41% como bueno, el 19,10% califica regular, el 10,20% como excelente y el 4,90% como malo. Se concluye el mayor porcentaje de turistas califica como bueno el uso de los medios de comercialización para promocionar los productos turísticos.

5. Califique la oferta de los servicios de guianza

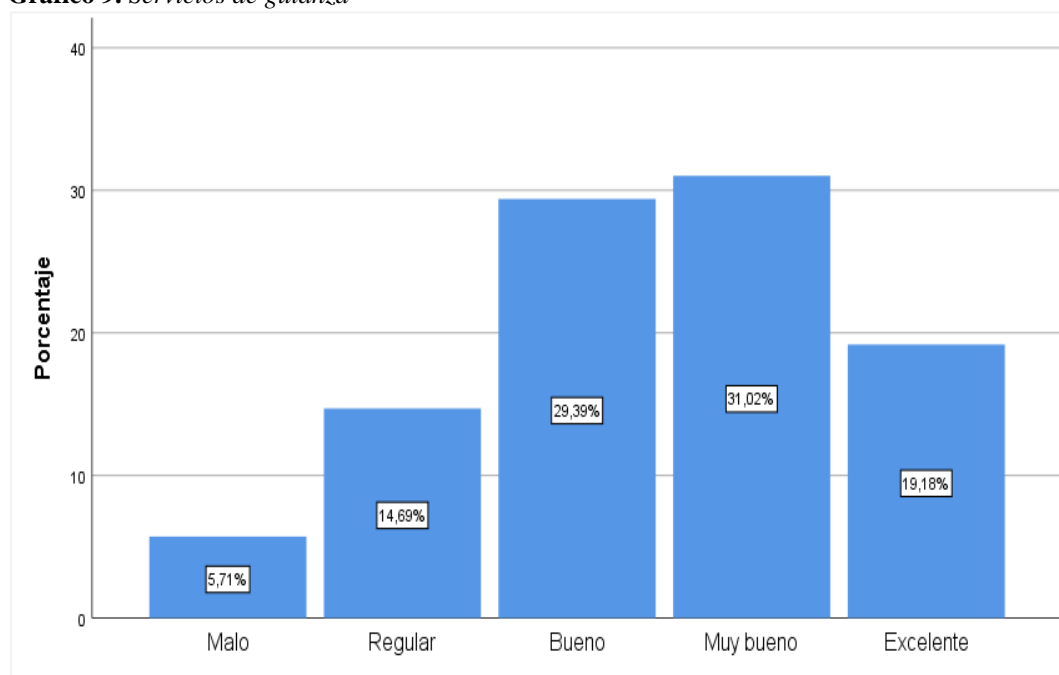
Tabla 10. *Servicios de guianza*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Malo | 14 | 5,7 | 5,7 | 5,7 |
| | Regular | 36 | 14,7 | 14,7 | 20,4 |
| | Bueno | 72 | 29,4 | 29,4 | 49,8 |
| | Muy bueno | 76 | 31,0 | 31,0 | 80,8 |
| | Excelente | 47 | 19,2 | 19,2 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 9. *Servicios de guianza*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Se observa que el 29,39%, el 31,02% y el 18,18% son muy favorables, por el cual el servicio de guianza es muy bueno, seguido el 14,69% y el 5,71% califica como regular y malo la prestación de este servicio. Se concluye que el servicio de guianza es muy bueno y necesario para el turista al momento de ingresar a la reserva.

6. Califique la oferta de los servicios de restauración

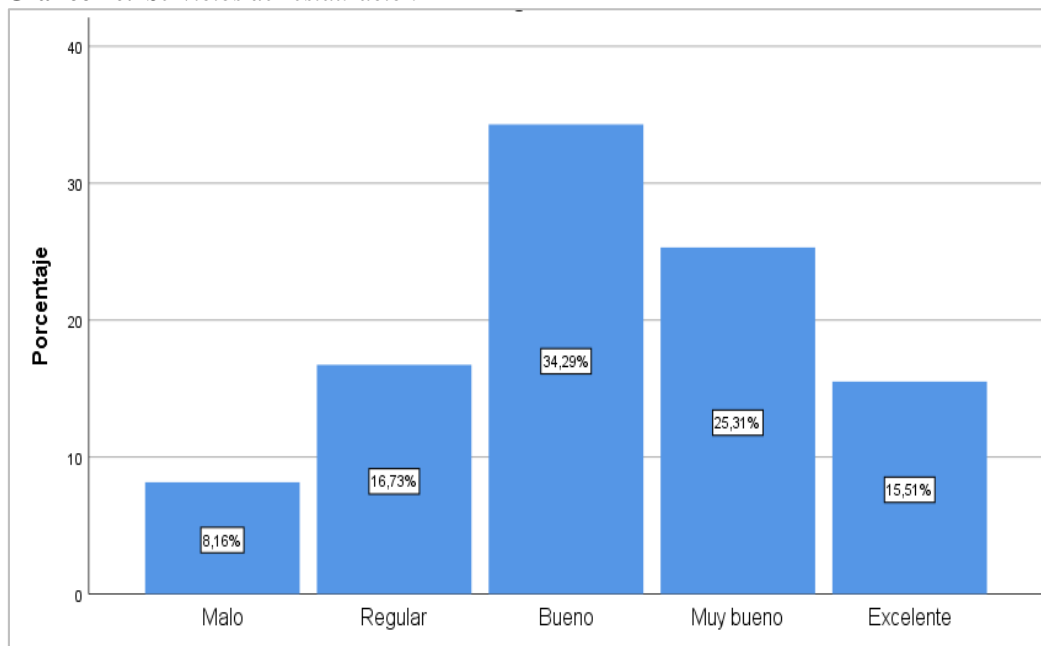
Tabla 11. *Servicios de restauración*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 20 | 8,2 | 8,2 | 8,2 |
| | Regular | 41 | 16,7 | 16,7 | 24,9 |
| | Bueno | 84 | 34,3 | 34,3 | 59,2 |
| | Muy bueno | 62 | 25,3 | 25,3 | 84,5 |
| | Excelente | 38 | 15,5 | 15,5 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 10. *Servicios de restauración*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 34,29% de turistas que adquirieron el servicio de restauración califica como bueno, el 25,31% de turistas califica como muy bueno este servicio brindado, seguido del 15,51% como excelente, y finalizamos con el 16,73% y 8,16% como malo y regular este servicio, concluimos que este servicio es necesario y muy bueno para el desarrollo del turismo.

7. Califique la calidad de la intermediación turística

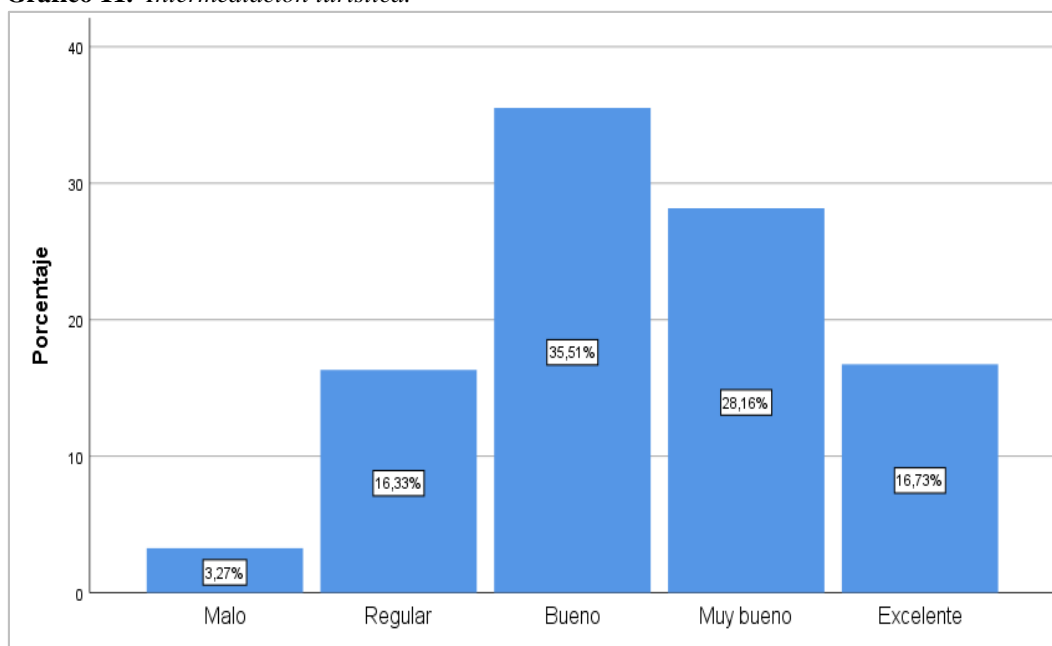
Tabla 12. *Intermediación turística*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Malo | 8 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | Regular | 40 | 16,3 | 16,3 | 19,6 |
| | Bueno | 87 | 35,5 | 35,5 | 55,1 |
| | Muy bueno | 69 | 28,2 | 28,2 | 83,3 |
| | Excelente | 41 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 11. *Intermediación turística.*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

La intermediación turística es muy buena con 35,51% y el 26,16%, seguido del 16,73% como excelente, con el 16,33% y 3,27% como malo y regular. Se concluye que la intermediación turística es muy buena para el desarrollo del turismo en la reserva.

8. Califique el estado actual de los atractivos naturales y culturales

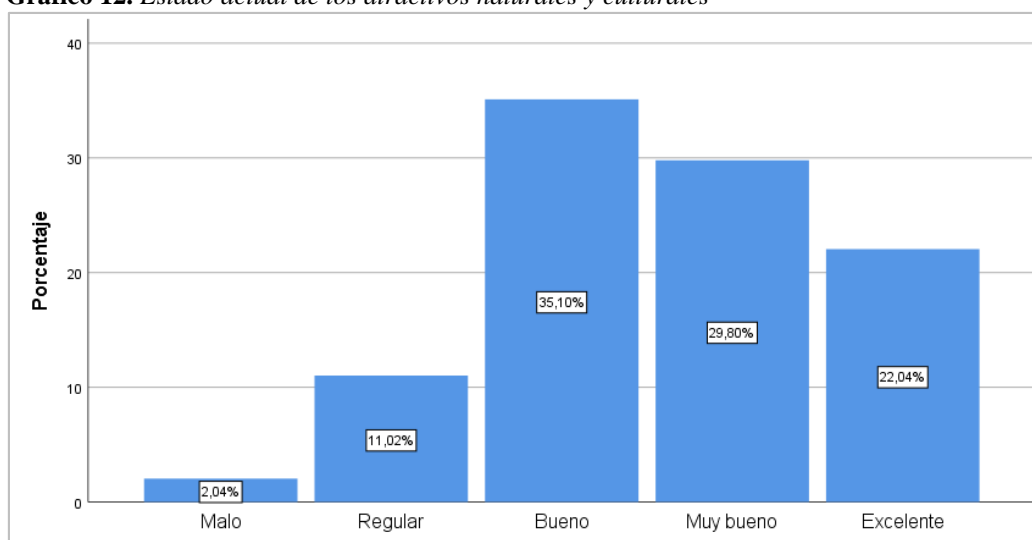
Tabla 13. Estado actual de los atractivos naturales y culturales

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Malo | 5 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | Regular | 27 | 11,0 | 11,0 | 13,1 |
| | Bueno | 86 | 35,1 | 35,1 | 48,2 |
| | Muy bueno | 73 | 29,8 | 29,8 | 78,0 |
| | Excelente | 54 | 22,0 | 22,0 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 12. Estado actual de los atractivos naturales y culturales



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 2,04% y el 11,02% cree que es malo y regular el estado de los atractivos, seguido del 35,10%, 29,07% y el 22,04% califica como muy bueno el estado de los atractivos, concluimos que los diferentes atractivos turísticos se encuentran en buen estado para el desarrollo del turismo.

9. Califique el estado actual de la infraestructura turística

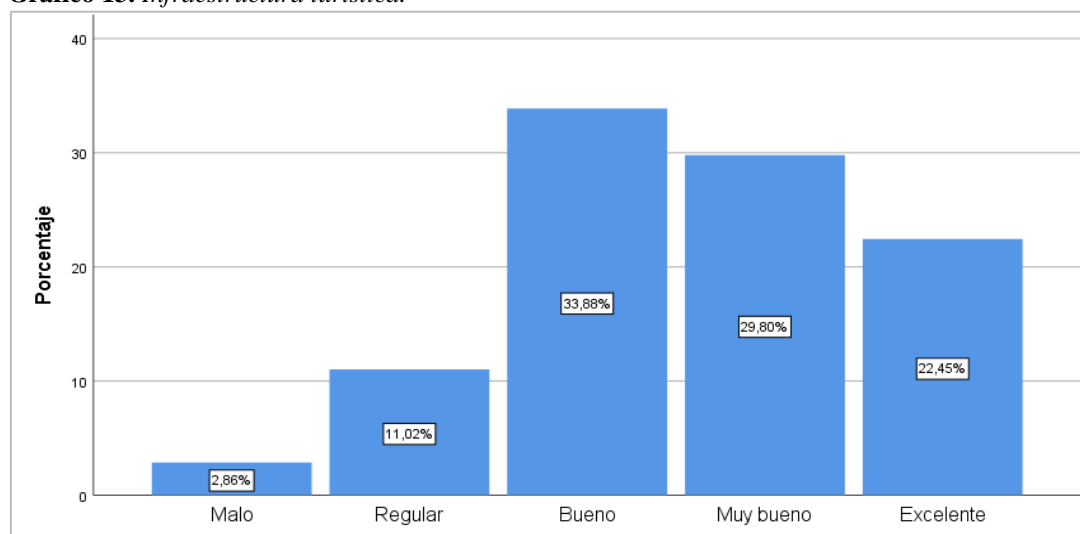
Tabla 14. *Infraestructura turística.*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 7 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | Regular | 27 | 11,0 | 11,0 | 13,9 |
| | Bueno | 83 | 33,9 | 33,9 | 47,8 |
| | Muy bueno | 73 | 29,8 | 29,8 | 77,6 |
| | Excelente | 55 | 22,4 | 22,4 | 100,0 |
| | Total | 243 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 13. *Infraestructura turística.*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 2,80% de los encuestados cree que es mala la infraestructura turística, el 11,02% cree que es regular, el 33,88% cree que es bueno, seguido del 29,80% y 22,45% califica como muy bueno y excelente. Se concluye que la infraestructura turística es muy buena.

Anexo 9. Presentación de resultados variable dependiente: Desarrollo turístico

Información general

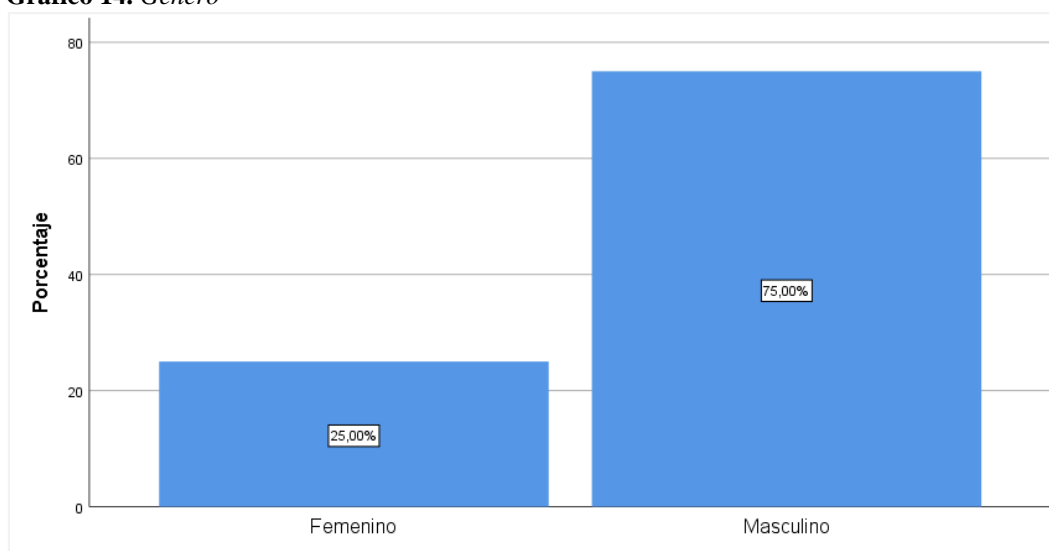
Tabla 15. *Genero*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Femenino | 4 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | Masculino | 12 | 75,0 | 75,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 14. *Genero*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 75% de los encuestados es de género masculino, seguido del 25% restante es del género femenino. Concluimos que el mayor porcentaje es de género masculino.

Edad

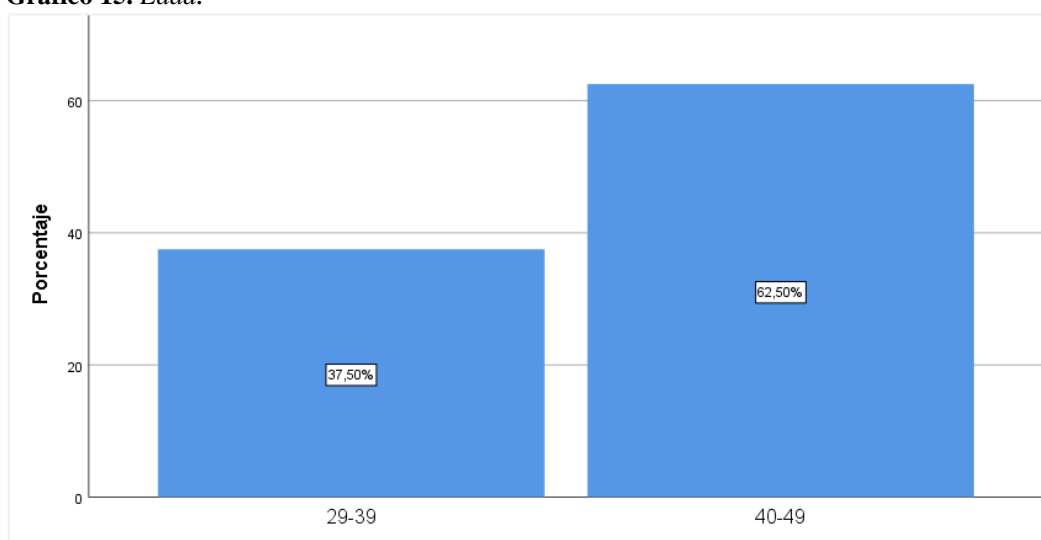
Tabla 16. *Edad*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 29-39 | 6 | 37,5 | 37,5 | 37,5 |
| | 40-49 | 10 | 62,5 | 62,5 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: *Encuestas aplicadas en enero de 2020*

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

Gráfico 15. *Edad.*



Fuente: *Encuestas aplicadas en enero de 2020*

Elaborado por: *Gabriela Ortiz S.*

El 62,50% de los encuestados posee una edad de 40 años en adelante, seguido del 37,50% que tiene una edad de 29 a 39 años. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados es de más edad.

Nivel de instrucción

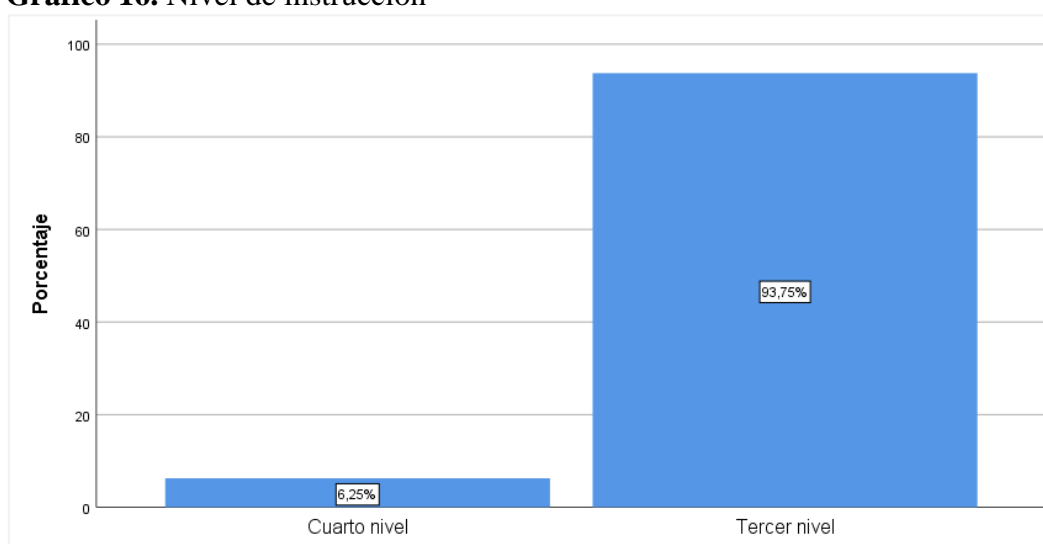
Tabla 17. Nivel de instrucción

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Cuarto nivel | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Tercer nivel | 15 | 93,8 | 93,8 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 16. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 93,75% de los encuestados posee título de tercer nivel, seguido del cuarto nivel con el 6,25% posee títulos de cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje tiene estudios de tercer nivel.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. Califique el plan de manejo ambiental de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

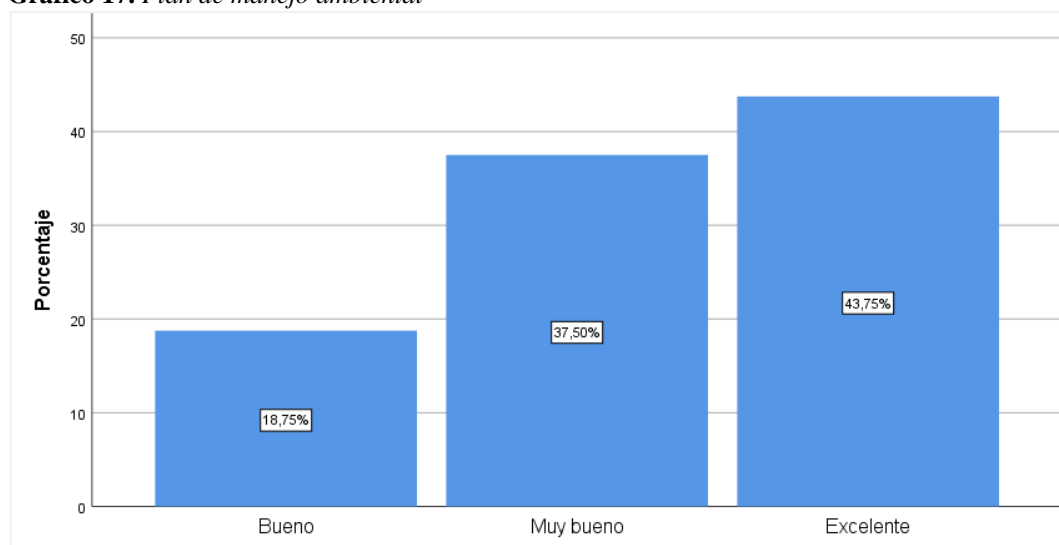
Tabla 18. Plan de manejo ambiental

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bueno | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Muy bueno | 6 | 37,5 | 37,5 | 56,3 |
| | Excelente | 7 | 43,8 | 43,8 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 17. Plan de manejo ambiental



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Del total del porcentaje el 37,50% y el 43,75% califica como muy bueno y excelente el manejo del plan ambiental, seguido del 18,75% califica como bueno. Concluimos que este plan es muy bueno para el desarrollo turístico.

2. Califique la educación ambiental que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

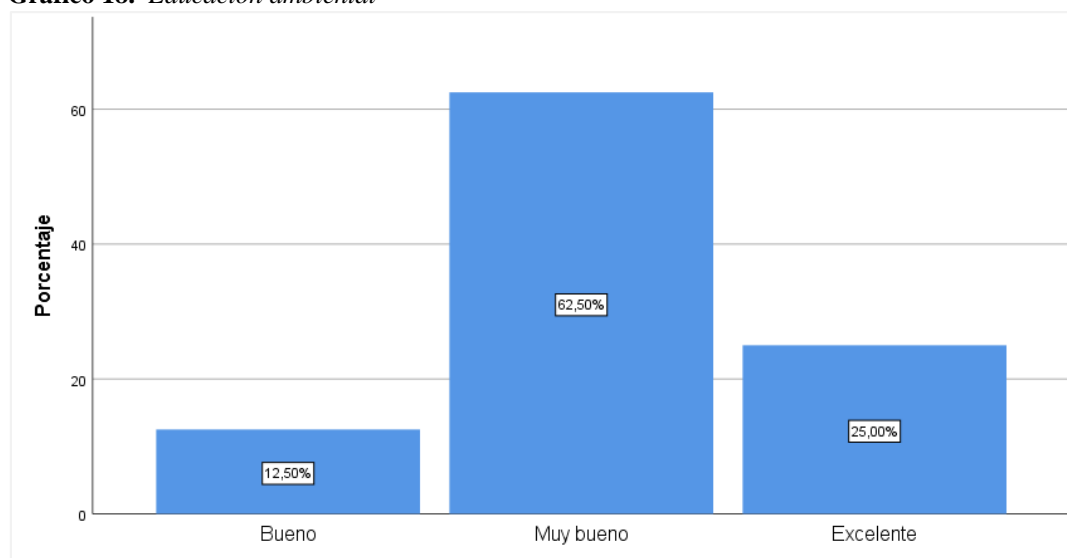
Tabla 19. Educación ambiental

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bueno | 2 | 12,5 | 12,5 | 12,5 |
| | Muy bueno | 10 | 62,5 | 62,5 | 75,0 |
| | Excelente | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 18. Educación ambiental



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 12,50% de los encuestados calificaron como bueno la educación ambiental, el 62,50% como muy bueno, seguido del 25% como excelente. Concluimos que el mayor porcentaje califica como muy bueno la educación ambiental que se aplica en la reserva para el desarrollo turístico.

3. Califique el cumplimiento de los procedimientos de capacidad de carga en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

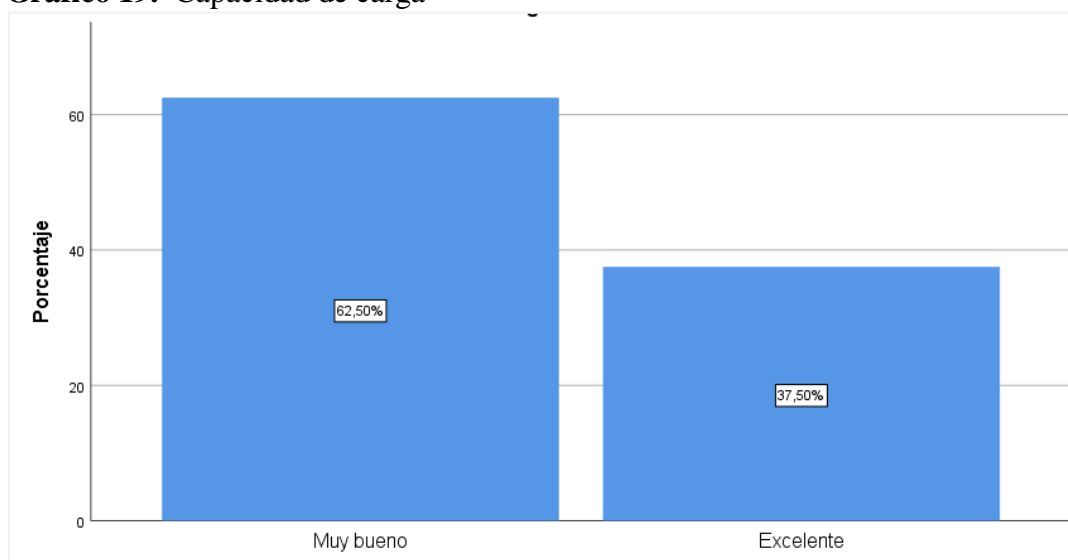
Tabla 20. Capacidad de carga

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy bueno | 10 | 62,5 | 62,5 | 62,5 |
| | Excelente | 6 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 19. Capacidad de carga



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Del 100% de los encuestados el 62,50% califica como muy bueno el cumplimiento de capacidad de carga, el 37,50% califica como excelente, concluimos que el cumplimiento que se da en los procedimientos de capacidad de carga es muy bueno para el desarrollo turístico.

4. Califique la actividad económica que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

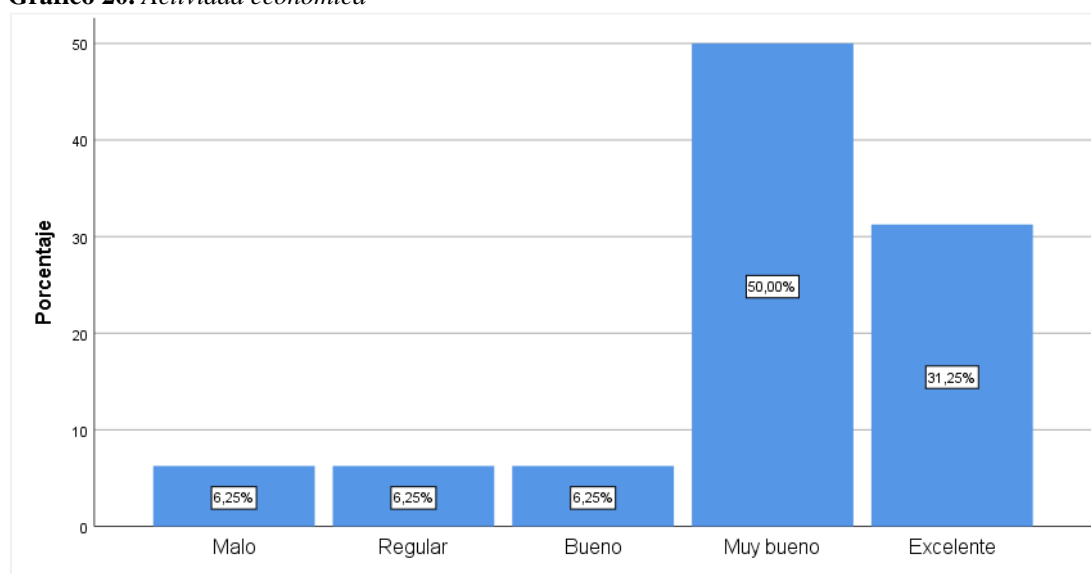
Tabla 21. *Actividad económica*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Regular | 1 | 6,3 | 6,3 | 12,5 |
| | Bueno | 1 | 6,3 | 6,3 | 18,8 |
| | Muy bueno | 8 | 50,0 | 50,0 | 68,8 |
| | Excelente | 5 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | | 16 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 20. *Actividad económica*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Del 100% de los encuestados el 6,25% califica como malo la actividad económica, el 50% y el 31,25% califica como muy bueno y excelente. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califica como muy buena la actividad económica que se genera en la reserva para el desarrollo turístico.

5. Califique la afluencia turística que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

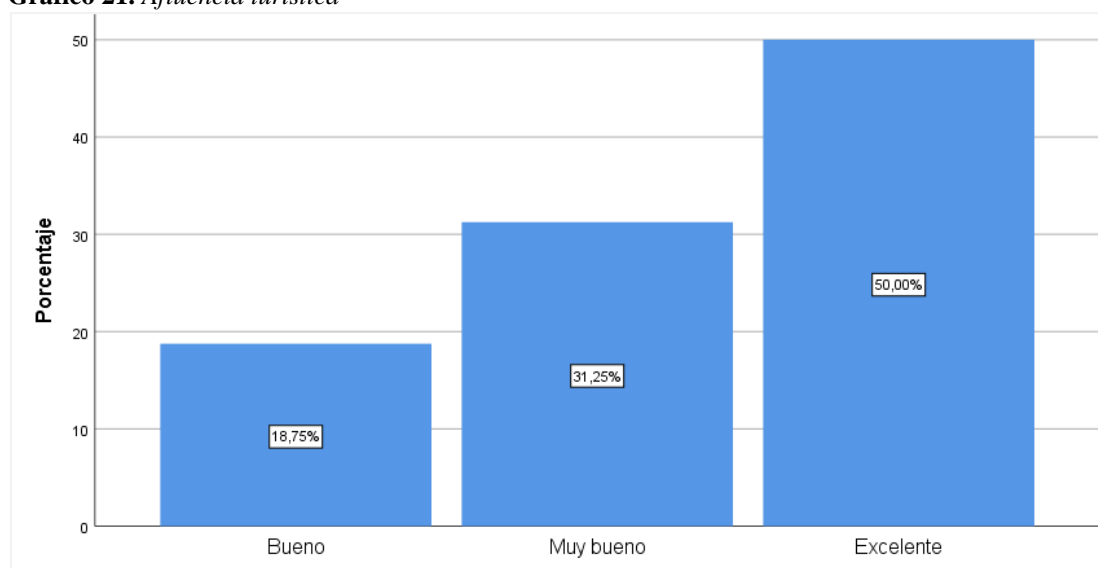
Tabla 22. Afluencia turística

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bueno | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Muy bueno | 5 | 31,3 | 31,3 | 50,0 |
| | Excelente | 8 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 21. Afluencia turística



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 50% de los encuestados calificaron como excelente la afluencia turística, seguido el 31,25% como muy bueno el 18,75% como bueno. Concluimos que el mayor porcentaje califica como excelente la afluencia turística que se desarrolla en la reserva.

6. Califique la importancia de la rentabilidad económica que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

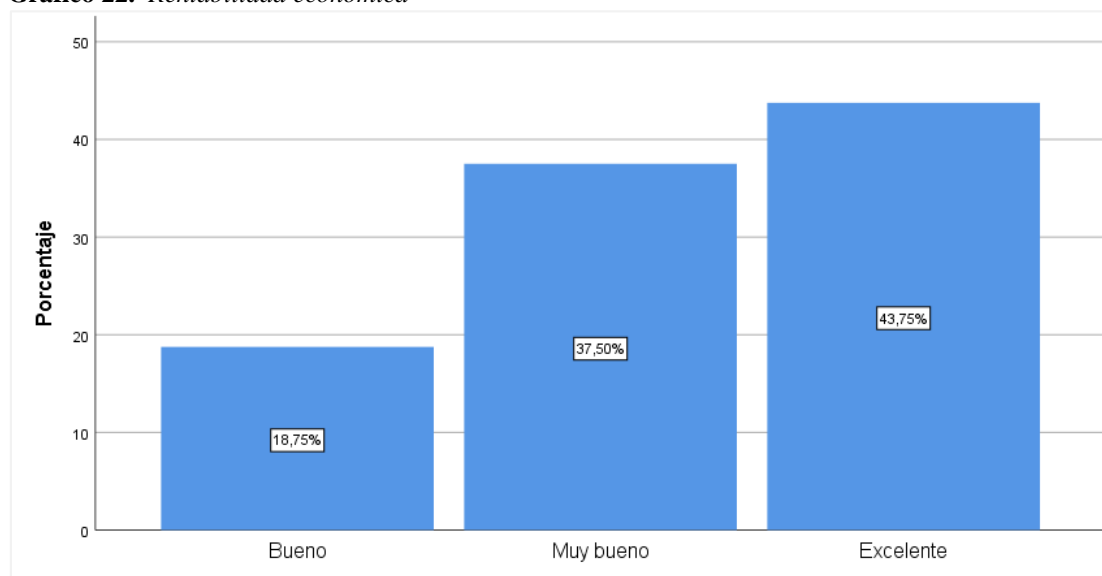
Tabla 23. Rentabilidad económica

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bueno | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Muy bueno | 6 | 37,5 | 37,5 | 56,3 |
| | Excelente | 7 | 43,8 | 43,8 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 22. Rentabilidad económica



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

La rentabilidad económica según los encuestados califican el 43,75% como excelente, con el 37,50% como muy bueno y el 18,75% como bueno. Se concluye que la rentabilidad económica es excelente para el desarrollo turístico.

7. Califique la importancia de la empleabilidad turística que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

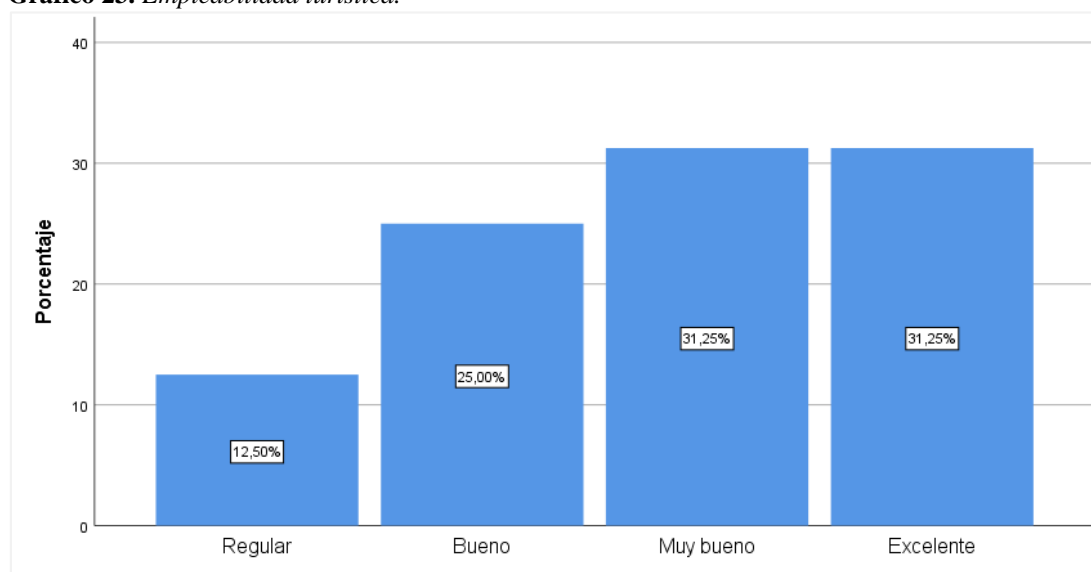
Tabla 24. Empleabilidad turística.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Regular | 2 | 12,5 | 12,5 | 12,5 |
| | Bueno | 4 | 25,0 | 25,0 | 37,5 |
| | Muy bueno | 5 | 31,3 | 31,3 | 68,8 |
| | Excelente | 5 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 23. Empleabilidad turística.



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Del 100% de los encuestados el 31,25% califica como muy bueno y excelente la empleabilidad turística, seguido del 25% como bueno y con el 12,50% como regular. Se concluye que mayor porcentaje de los encuestados califica muy bueno la empleabilidad turística que se genera en la reserva.

8. Califique los servicios básicos del área de influencia de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

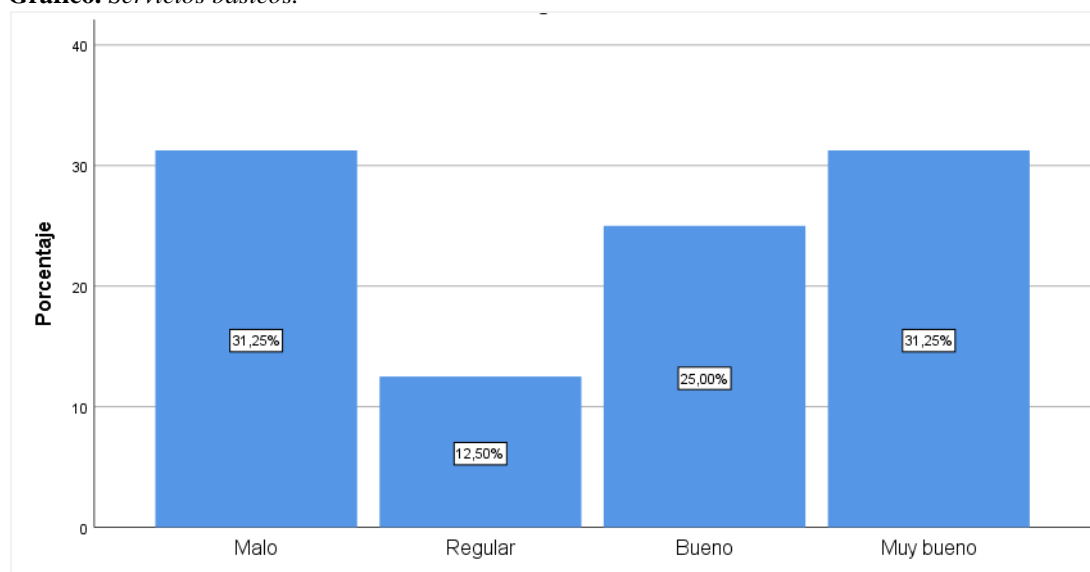
Tabla 25. *Servicios básicos.*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 5 | 31,3 | 31,3 | 31,3 |
| | Regular | 2 | 12,5 | 12,5 | 43,8 |
| | Bueno | 4 | 25,0 | 25,0 | 68,8 |
| | Muy bueno | 5 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico. *Servicios básicos.*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Del 100% de los encuestados el 31,25% y 12,50% califica como malo y regular los servicios básicos, seguido del 25% como bueno y el 31,25% como muy bueno. Concluimos que el mayor porcentaje de los encuestados califica como muy bueno los servicios básicos del área de afluencia de los turistas.

9. Califique las vías de acceso de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

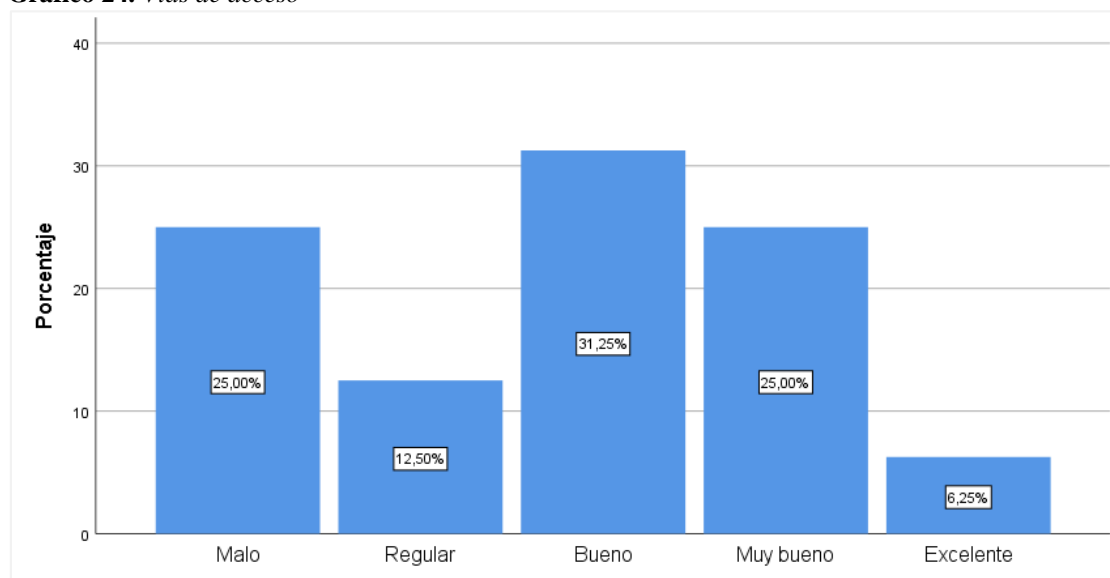
Tabla 26, Vías de acceso

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 4 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | Regular | 2 | 12,5 | 12,5 | 37,5 |
| | Bueno | 5 | 31,3 | 31,3 | 68,8 |
| | Muy bueno | 4 | 25,0 | 25,0 | 93,8 |
| | Excelente | 1 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 24. Vías de acceso



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 25% y 12,50% califica como malo y regular las vías de acceso, seguido del 31,25% como bueno, con el 25% como muy bueno y finalizamos con el 6,25% como excelente. Se concluye que las vías de acceso se encuentran en buen estado para el desarrollo turístico de la reserva.

10. Califique la importancia de los centros de capacitación que se desarrolla en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

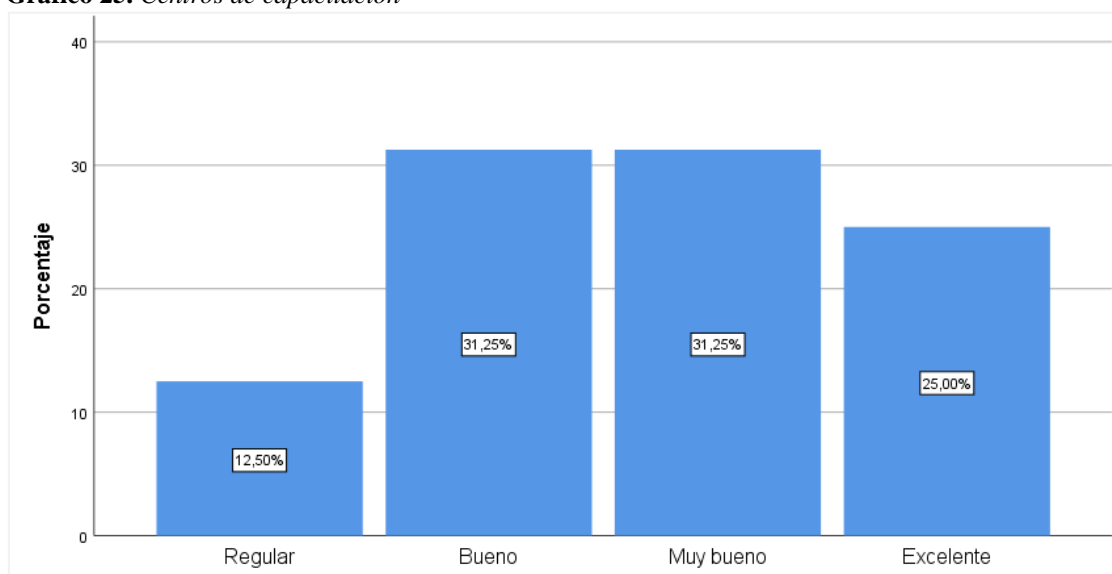
Tabla 27. Centros de capacitación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Regular | 2 | 12,5 | 12,5 | 12,5 |
| | Bueno | 5 | 31,3 | 31,3 | 43,8 |
| | Muy bueno | 5 | 31,3 | 31,3 | 75,0 |
| | Excelente | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 25. Centros de capacitación



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

El 31,35% de los encuestados califica como muy bueno los centros de capacitación, el 25% como excelente, y el 12,50% como regular. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califica como muy bueno el centro de capacitación que se desarrolla en la reserva para el desarrollo turístico.

11. Califique el desarrollo cultural que se genera en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

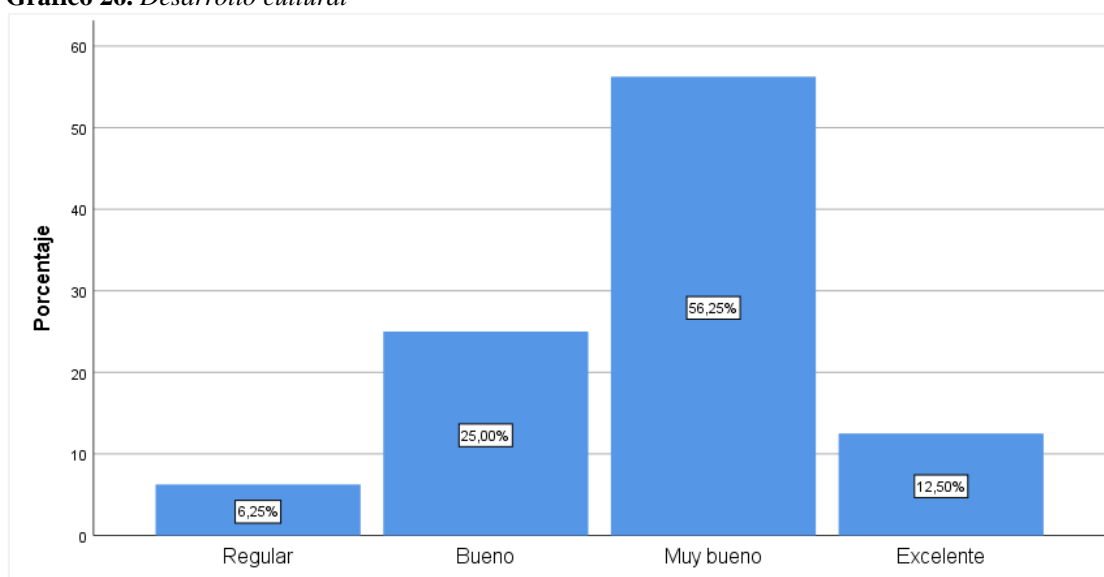
Tabla 28. *Desarrollo cultural*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Regular | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Bueno | 4 | 25,0 | 25,0 | 31,3 |
| | Muy bueno | 9 | 56,3 | 56,3 | 87,5 |
| | Excelente | 2 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Gráfico 26. *Desarrollo cultural*



Fuente: Encuestas aplicadas en enero de 2020

Elaborado por: Gabriela Ortiz S.

Del 100% de los encuestados el 12,50% califica como excelente el desarrollo cultural, el 56,25% como muy bueno, seguido del 25% como bueno y finalizamos con 6,25% como regular. Se concluye que el desarrollo cultural que se genera en la reserva es muy bueno para el desarrollo turístico.