

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
“Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera”

Proyecto de Investigación

**FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO
DE PASA, CANTÓN AMBATO**

Autor:

Christian Eduardo Guerrero Naranjo

Tutor:

Mgs. Renato Herrera

Riobamba – Ecuador

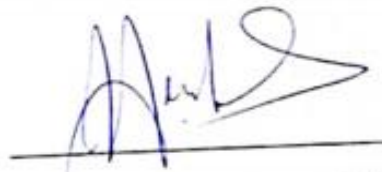
Año 2020

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Riobamba 21 de diciembre de 2020

Yo, Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez, certifico que el presente proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, con el tema **“FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTÓN AMBATO”**, ha sido elaborado por el señor: Christian Eduardo Guerrero Naranjo, el mismo que ha sido dirigido y revisado por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentra su presentación y defensa respectiva. Es todo cuando puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación titulado “FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTÓN AMBATO”, presentado por: Christian Eduardo Guerrero Naranjo y dirigido por: Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez, una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

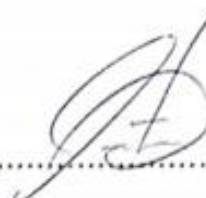
Para Constancia de lo expuesto firman:

Dr. Victor Velasco


.....

Presidente del tribunal

Mgs. Danilo Quintana


.....

Miembro 1 del Tribunal

Mgs. Henry Villa


.....

Miembro 2 del Tribunal

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Christian Eduardo Guerrero Naranjo (Autor) con C.I 180458292-0; Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez (Tutor). Y el patrimonio intelectual a la misma Universidad Nacional de Chimborazo.



Christian Guerrero

180458292-0

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a toda mi familia, específicamente a mis hermanas que me han ayudado con sus consejos y apoyo moral, a pesar de los diferentes problemas que se han atravesado en mi vida estudiantil.

A mis padres; Gonzalo y Anita, que han sido el pilar fundamental para poder cumplir esta meta en mi vida a ellos toda mi dedicatoria, por apoyarme en todo momento tanto moral como económica y guiarme por el camino del bien.

Christian Eduardo Guerrero Naranjo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser mi guía en mi vida en todo ámbito.

Mi familia que gracias al apoyo, confianza y entereza incondicional que me han regalado he podido formarme como una persona de bien.

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

Mi agradecimiento sincero a mi tutor el Mgs. Renato Herrera, por la paciencia, compromiso y ayuda incondicional en el desarrollo de esta investigación. De igual forma al GAD parroquial de Pasa por el apoyo brindado en la elaboración de este trabajo.

RESUMEN

La presente investigación tiene un desenlace de determinar la relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato, esta investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo, tiene un diseño investigativo no experimental transversal, los instrumentos que se utilizaron para recolección de información fue la encuesta para las dos variables investigativas, tanto para Facilidades (VI) y Productos turísticos (VD), como muestra de la variable independiente se tomó en cuenta a las autoridades del GAD parroquial de Pasa mientras por la variable dependientes se tomó en cuenta a los prestadores de servicios turísticos. Al realizar las 2 encuestas se obtuvo datos muy importantes donde se procedió al análisis de los mismos y se comprobó las hipótesis de la investigación tanto general como específicas, se utilizó el programa SPSS versión 25 el coeficiente de correlación que se utilizó fue Rho Spearman, que permitió determinar la relación de las facilidades y productos turísticos de la parroquia de Pasa.

Toda esta información recolectada permitió realizar una propuesta en la cual consiste en un plan de creación de facilidades turísticas para la parroquia de Pasa como respuesta al problema de la investigación. El plan consistió en el diagnóstico de los problemas que posee la parroquia, posteriormente se identificó la planta turística y se realizó el plan de creación de facilidades turísticas

Esta propuesta busca superar los problemas registrados en los diferentes atractivos turísticos para la atracción de una nueva demanda de la parroquia San Antonio de Pasa.

Palabras claves: Facilidades, Producto turístico, plan, problemas

ABSTRACT

The present research has the objective to determine the relationship between tourist facilities and products in *San Antonio de Pasa's parish* in the canton of *Ambato*. This research is qualitative and quantitative. It has a cross-sectional non-experimental research design. The instruments used for collecting information were the survey for the two investigative variables, both for Facilities (VI) and Tourist products (VD), as a sample of the independent variable, the authorities of the parochial GAD of *Pasa* were taken into account. In contrast, the dependent variable was taken into account the providers of tourist services. When conducting the two surveys, essential data were obtained where they were analyzed, and the hypotheses of both general and specific research were verified; the SPSS version 25 program was used, the correlation coefficient of Rho Spearman was used, which allowed to determine the relationship of the tourist facilities and products of the *Pasa* parish. Data collected allowed us to make a proposal that consists of a plan to create tourist facilities for the *Pasa* parish in response to the research problem. The plan consisted of diagnosing the problems that the parish has. Later the tourist plant was identified, and the plan for creating tourist facilities was carried out. This proposal seeks to overcome the problems registered in the different tourist attractions to attract a new demand in *San Antonio de Pasa's parish*.

Keywords: Facilities, Tourism product, plan, problems

Reviewed by:

Mgs. Hugo Romero

ENGLISH PROFESSOR

c.c. 0603156258

INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	ii
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DECLARATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CAPÍTULO I. INTRODUCCION.	2
1.1. Introducción	2
1.2. Planteamiento de Problema.....	3
1.2.1. Formulación del Problema.....	4
1.2.1.1. Problema General.....	4
1.2.1.2. Problema Específico.....	4
1.3. Antecedentes	4
1.4. Justificación.....	4
1.4.1. Justificación Teórica	5
1.4.2. Justificación Práctica	5
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo General.....	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Hipótesis.....	6
1.6.1. Hipótesis General.....	6
1.6.2. Hipótesis Específico.....	6
CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO.	7
2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación.....	9
2.2.1. Epistemología de facilidades	9
2.2.2. Epistemología de Producto turístico	9
2.3. Estado del Arte	10
2.3.1. Variable Independiente: Facilidades turísticas	10
2.3.2. Variable Dependiente: Producto Turístico.....	22
CAPÍTULO III. METODOLOGIA.	35
3.1. Tipo y Diseño de la investigación	35
3.1.1. Tipo.....	35
3.1.2. Diseño de la investigación	36
3.2. Unidad de Análisis.....	37

3.3.	Población de estudio	38
3.4.	Tamaño de la muestra	38
3.5.	Selección de la muestra	40
3.6.	Matrices de Investigación.....	41
3.6.1.	Matriz de Operacionalización	41
3.6.2.	Matriz de consistencia.....	42
3.7.	Técnicas e Instrumentos	43
3.7.1.	Técnica.....	43
3.7.2.	Instrumentos.....	43
3.8.	Validez de y confiabilidad del instrumentos	44
3.8.1.	Selección de los expertos	44
3.9.	Confiabilidad de los instrumentos.....	45
3.9.1.	Alfa de Cronbach, Variable Facilidades	45
3.9.2.	Alfa de Cronbach, Variable Productos Turísticos	46
3.10.	Análisis e interpretación de la información.....	46
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		48
4.1.	Análisis, interpretación y discusión de los resultados.....	48
4.1.1.	Encuesta aplicada a las autoridades del GAD parroquial de Pasa (Variable Independiente “Facilidades”).....	48
4.1.2.	Encuesta aplicada a las autoridades del GAD parroquial de Pasa (Variable Independiente “Productos Turísticos”).....	52
4.2.	Prueba de Hipótesis.....	56
4.2.1.	Hipótesis General.....	56
4.2.2.	Hipótesis Específica 1.....	57
4.2.3.	Hipótesis Específica 2.....	58
4.2.4.	Hipótesis Específica 3.....	59
4.3.	Presentación de los resultados.....	60
5.	CONCLUSIONES	61
6.	RECOMENDACIONES.....	62
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
8.	ANEXOS	i
	Anexo 1.- Propuesta.....	i
1.	Título de la propuesta.....	i
2.	Introducción	i
3.	Objetivos.....	ii
4.	Diagnóstico de los diferentes problemas que tienen los atractivos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato	ii
5.	Definición de la planta turística de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato.....	ix

6. Plan para la creación de facilidades turísticas de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato.....	xix
7. Cuadro resumen de los proyectos del plan de facilidades de la parroquia San Antonio de Pasa	xxix
8. Conclusiones	xxx
Anexo 2.- Árbol de problemas.....	31
Anexo 3.- Encuesta Variable Independiente: Facilidades turísticas	32
Anexo 4.- Encuesta Variable Dependiente: Producto turístico	34
Anexo 5.- Validación de instrumentos por parte de los expertos, variable independiente: Facilidades	36
Anexo 6.- Validación de los instrumentos por parte de los expertos, variable dependiente: Productos turísticos.....	40
.....	41
Anexo 7.- Oficio dirigido al GAD parroquial de Pasa.....	44
Anexo 8.- Oficio de aceptación del GAD parroquial de Pasa para el desarrollo de la investigación	45
Anexo 9.- Cronograma del trabajo de investigación	46
Anexo 10.- Resultados Variable Independiente: Facilidades	47
Anexo 11.- Resultados Variable Dependiente: Productos Turísticos	65

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Autoridades del GAD parroquial de Pasa	39
Cuadro 2. Prestadores de servicios	40
Cuadro 3. Matriz de Operacionalización	41
Cuadro 4. Matriz de Consistencia.....	42
Cuadro 5. Validación de los expertos	44
Cuadro 6. Encuesta Facilidades	48
Cuadro 7. Encuesta Productos Turísticos	52
Cuadro 8. Matriz FODA	v
Cuadro 9. Problemas de las facilidades en los atractivos	vi
Cuadro 10. Perfil del turista	vii
Cuadro 11, Prestadores de servicio	ix
Cuadro 12. Cuadro resumen de los atractivos de la parroquia	xi
Cuadro 13. Atractivo turístico (Iglesia)	xii
Cuadro 14. Atractivo turístico (Museo)	xiii
Cuadro 15. Atractivo turístico (Mirador).....	xiv
Cuadro 16. Atractivo turístico (Cerro Llillagua)	xiv
Cuadro 17. Atractivo turístico (Laguna de Larcapamba)	xv
Cuadro 18. Atractivo turístico (Ciénega).....	xv
Cuadro 19. Atractivos turísticos (Cascada de Ponduku)	xvi
Cuadro 20. Atractivo turístico (Laguna de Siquibulo).....	xvi
Cuadro 21. Atractivos turísticos (Bosques nativos).....	xvii
Cuadro 22. Atractivo turístico (Aguas minerales)	xvii
Cuadro 23. Atractivo turístico (Casahuala)	xviii
Cuadro 24. Facilidades a implementar.....	xix
Cuadro 25. Centro de información.....	xxii
Cuadro 26. Mirador Miraloma.....	xxiii
Cuadro 27. Mirador Llillagua	xxiv
Cuadro 28. Sendero laguna Larcapamba	xxiv
Cuadro 29. Centro de interpretación Ciénegas	xxv
Cuadro 30. Sendero cascada Ponduku	xxv
Cuadro 31. Sendero laguna Siquibulo	xxvi
Cuadro 32. Estacionamiento en el bosque nativo	xxvi
Cuadro 33. Baterías sanitarias en el bosque nativo.....	xxvii
Cuadro 34. Estaciones de sombra y descanso en el Casahuala.....	xxviii
Cuadro 35 Resumen de proyectos.....	xxix

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad, Facilidades	45
Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad, Productos Turísticos	46
Tabla 3. Comprobación de hipótesis general	56
Tabla 4. Comprobación de hipótesis específica 1	57
Tabla 5. Comprobación de hipótesis específica 2	58
Tabla 6. Comprobación de hipótesis específica 3	59
Tabla 7. Demanda de servicios turísticos	vii
Tabla 8. Género	47
Tabla 9. Edad	48
Tabla 10. Nivel de instrucción	49
Tabla 11. Actividad económica	50
Tabla 12. Prestación de servicios	51
Tabla 13. Instalaciones	52
Tabla 14. Hospitalidad	53
Tabla 15. De observación y vigilancia	54
Tabla 16. De recorrido y descanso	55
Tabla 17. Servicios de alimentos y bebidas	56
Tabla 18. Señalización y señalética gastronómica	57
Tabla 19. Servicio de catering	58
Tabla 20. De apoyo y gestión turística	59
Tabla 21. De servicio	60
Tabla 22. Inclusivas	61
Tabla 23. Fuentes de comunicación	62
Tabla 24. Servicios de intermediación	63
Tabla 25. Servicios complementarios	64
Tabla 26. Género	65
Tabla 27. Edad	66
Tabla 28. Nivel de Instrucción	67
Tabla 29. Servicios proporcionados	68
Tabla 30. Nivel de Empatía	69
Tabla 31. Expectativa del servicio	70
Tabla 32. Percepción del servicio	71
Tabla 33. Servicios prestados	72
Tabla 34. Senderos interpretativos	73
Tabla 35. Rutas de acceso	74
Tabla 36. Infraestructura y medios inclusivos	75
Tabla 37. Señalética	76
Tabla 38. Señalización	77
Tabla 39. Transporte	78
Tabla 40. Recursos Naturales	79
Tabla 41. Recursos culturales	80

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Elementos del producto turístico	10
Ilustración 2. Pictogramas.....	29
Ilustración 3. Tótems	30
Ilustración 4. Señales de madera.....	30
Ilustración 5. Señales regulatorias	31
Ilustración 6. Señales preventivas.....	31
Ilustración 7. Señales de información.....	32
Ilustración 8. Señales para trabajos en la vía	32
Ilustración 9. Mapa de ubicación geográfica	iii

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.

1.1. Introducción

La importancia de poseer facilidades e infraestructura en los atractivos turísticos es fundamental para el desarrollo de un destino turístico, al conjugar estos dos parámetros en el turismo se pueden desarrollar diferentes productos para la satisfacción de la demanda turística. En el presente proyecto de investigación se indagó sobre la temática de las facilidades y productos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa, se analizó la relación que poseen estas dos variables en los diferentes factores como alojamiento, restauración, atractivos entre otros.

Capítulo I: En este capítulo se trató sobre la problemática de los insuficientes productos turísticos que posee la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato y las deficientes facilidades que posee, para ello nos trazamos algunos objetivos, hipótesis que nos ayudaron a resolver nuestra investigación.. Capítulo II: En esta parte de la investigación se constituyó el marco teórico y los antecedentes de la investigación donde se adjuntó conceptos, definiciones, investigaciones anteriores de diferentes autores e instituciones tratando la misma temática de investigación, se utilizó monografías, tesis de posgrado, pregrado y artículos científicos que nos ayudaron a la aportación de la investigación. Capítulo III: El proyecto de investigación se aplicó los tipos de investigación más acordes el tipo descriptivo, el tipo correlacional y explicativo y tuvo un enfoque no experimental. Capítulo IV: En este capítulo se visualizó los resultados obtenidos donde se pudo analizar los datos estadísticos de las encuestas propuestas a la parroquia y se formuló los resultados logrados, mientras en el Capítulo V, VI y VII tenemos las conclusiones, recomendaciones y fuentes bibliográficas obtenidas durante la investigación. Capítulo VIII: se estableció una propuesta para la resolución del problema de la localidad y por último se señala los diferentes anexos del proyecto de investigación.

1.2. Planteamiento de Problema

El cantón de Ambato se ha constituido como una ciudad trabajadora y emprendedora tanto en el ámbito agrícola como también en el sector industrial, lamentablemente se observa en zonas rurales como las parroquias de Pasa, San Fernando, Constantino Fernández entre otras una gran problemática en el sector turístico.

A pesar de que la parroquia rural de Pasa posee algunos atractivos llamativos como las lagunas, cerros, miradores naturales, haciendas, uno de los más importantes atractivos de la localidad es el cerro Casahuala que permite observar toda la ciudad de Ambato no han sido suficientes para generar un flujo turístico considerable. Además, se puede realizar deportes extremos como escalada, también en la parroquia existen miradores naturales donde se tiene una vista única de los nevados Chimborazo junto al Carihuairazo, a pesar de este potencial turístico estos recursos no cuentan con suficientes facilidades turísticas, ya que las existentes se encuentran fuera de la parroquia. Entre los prestadores de servicios se tiene complejos turísticos de recreación, alimentación y hospedaje, pero la mayoría de estos se encuentran alejados y algunos descuidados, convirtiéndose en uno de los principales motivos para que sea mínimo el flujo turístico en esta zona.

En la parroquia existen negocios con administraciones empíricas, atractivos naturales y culturales cerca de la localidad, pero sin embargo este sector no ha logrado despuntar en el ámbito turístico, seguramente por la insuficiencia de productos relacionados con el turismo, como rutas y circuitos turísticos en la localidad, es necesario resaltar que las principales problemáticas, son las insuficientes facilidades turísticas y los pocos productos turísticos que posee la zona.

1.2.1. Formulación del Problema

1.2.1.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato?

1.2.1.2. Problema Específico

- ✓ ¿Cuál es la relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato?
- ✓ ¿Cuál es la relación entre la restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato?
- ✓ ¿Cuál es la relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato?

1.3. Antecedentes

En la presente investigación, no se ha identificado investigaciones sobre la temática tratada de facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa, a su vez existe muy poca información, es por ello que se han tomado trabajos e investigaciones relacionadas.

1.4. Justificación

Al identificar las facilidades turísticas como un pilar fundamental para los productos turísticos nos podemos dar cuenta que la parroquia rural San Antonio de Pasa perteneciente al cantón Ambato de la provincia de Tungurahua tiene un potencial turístico para ser explotado en el ámbito natural, cultural, gastronómico y textil donde se pueda desarrollar rutas para la visita de turistas nacionales e internacionales.

1.4.1. Justificación Teórica

Esta investigación se realizó con el propósito de resolver un problema existente en la parroquia rural de San Antonio de Pasa sobre los insuficientes productos turísticos, cuyos resultados proporcionan una propuesta para el desarrollo del sector turístico, convirtiéndose en material bibliográfico para próximas investigaciones de la localidad.

1.4.2. Justificación Práctica

Esta investigación se realiza para el beneficio de los pobladores de la parroquia de San Antonio de Pasa promoviendo el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, con los ingresos económicos generados en el sector turístico, a su vez la viable generación de productos turísticos que permitan compartir el patrimonio natural y cultural que hoy en día existen es por ello que se desarrollaran nuevos productos donde se difundan todos los atractivos naturales y culturales de la localidad para ofrecer a los turistas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

1.5.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.
- ✓ Determinar la relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.
- ✓ Determinar la relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

Existe relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

1.6.2. Hipótesis Específico

- ✓ **H1:** Existe relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.
- ✓ **H2:** Existe relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.
- ✓ **H3:** Existe relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de la investigación

Para la presente indagación se ha llevado a cabo diferentes consultas, donde se ha logrado descubrir reducido material investigativo sobre Facilidades y Productos Turísticos en la parroquia Pasa perteneciente al cantón Ambato, para esto se ha tomado de referencia las siguientes investigaciones.

Según (Gallo, 2017) en su proyecto de investigación titulado “Los recursos naturales y paisajísticos del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua para el desarrollo de nuevos productos turísticos” nos menciona que los recursos naturales aportan para el desarrollo de nuevos productos donde debe prevalecer la conservación de los recursos por parte de los turistas y así generar nuevos recursos económicos para los Cevallences.

En cambio la autora (Gurría, 1991, pág. 36) en su proyecto de investigación titulado “Productos turísticos y oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua” donde menciona que considera importante que los prestadores de servicios turísticos identifiquen las necesidades, gusto y preferencias del perfil del visitante o potencial cliente, para direccionar e innovar los servicios y actividades ofertadas, se considera fundamental identificar los elementos necesarios para el diseño de un producto turístico como parte de la oferta, con el propósito de satisfacer la experiencia del perfil del visitante y mejorar, innovar y direccionar de forma adecuada la oferta turística del cantón Pelileo.

Así pues la autora (Torres, 2015) en su proyecto de investigación titulado “La rehabilitación de atractivos naturales y su incidencia en la generación de productos turísticos del cantón Archidona provincia del Napo.” nos menciona que los beneficios que se alcanzan

por la generación de productos turísticos en un cantón son el mejoramiento de la calidad de vida en la población, el cuidado y la preservación de un atractivo turístico natural procurando mantenerlo intacto para las futuras generaciones mediante la sustentabilidad.

De la misma forma el autor (Toapanta, 2018) en su proyecto de investigación titulado “El potencial turístico de la parroquia Aláquez, como aporte a la generación de productos turísticos para el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi” nos menciona que es fundamental el diseñar un producto turístico que aproveche al máximo los atractivos turísticos con potencial existentes en la parroquia de Aláquez, con esto se podrá tener un mejor manejo del turismo en estos recursos turísticos, también se pretende disminuir al máximo el impacto ambiental.

Por otro lado la autora (Guerrero, 2016) en su proyecto de investigación titulado “La potencialidad de los recursos turísticos existentes en el tramo Tilulún - Llangahua, y su relevancia en la generación de un producto turístico en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua” donde menciona que toda indagación es necesaria sobre los complejos turísticos y los servicios que se ofertan, por lo que es necesario implementar nuevos productos turísticos en el tramo Tilulún-Llangahua. Los recursos con mayor potencial son sus paisajes, el río, los complejos y sus artesanías, además se debe tener información sobre servicios, calidad, necesidades y falencias de cada atractivo turístico lo cual ayudara a aplicar futuros proyectos turísticos y mejoras en estos atractivos impulsando el turismo en el cantón Ambato.

Así mismo la autora (Escobar, 2017, pág. 192) en su proyecto de investigación titulado “El turismo sustentable como factor de mitigación de las necesidades básicas insatisfechas de los habitantes de la parroquia de Pasa, cantón Ambato” donde menciona que la parroquia San

Antonio de Pasa, cuenta con recursos turísticos potenciales y con gran capacidad de explotación donde es necesario la realización de un inventario de los recursos turísticos y empresas turísticas para la reactivación turística y comercial de la zona.

2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación

2.2.1. Epistemología de facilidades

Muchos países han dedicado sus esfuerzos para plantearse facilidades turísticas como claves para la calidad y ofrecimiento de los productos turísticos. En este sentido, es importante destacar que el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR) busca consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, mejorando la calidad de vida de su población y su vez satisfacer la demanda turística, aprovechando los beneficios competitivos y recursos de unicidad del territorio; por ello, promueve la inversión en facilidades turísticas con la finalidad de potencializar las condiciones de la oferta turística nacional, fomentando el desarrollo local para generar oportunidades equitativas en el marco del Buen Vivir. (Nasimba & Cejas, 2015)

2.2.2. Epistemología de Producto turístico

Los productos turísticos deben ser considerados, a la vez, oportunidades económicas y sociales, para lo que es necesario maximizar los efectos deseados y disminuir los indeseados que traen consigo. Estos factores están inmersos en destinos turísticos que no tienen solo entidad física, sino también sociocultural, y conforman un patrimonio que logra una representación mental para los posibles visitantes, quienes buscan experiencias que satisfagan sus expectativas. (Saravia & Muro, 2016)

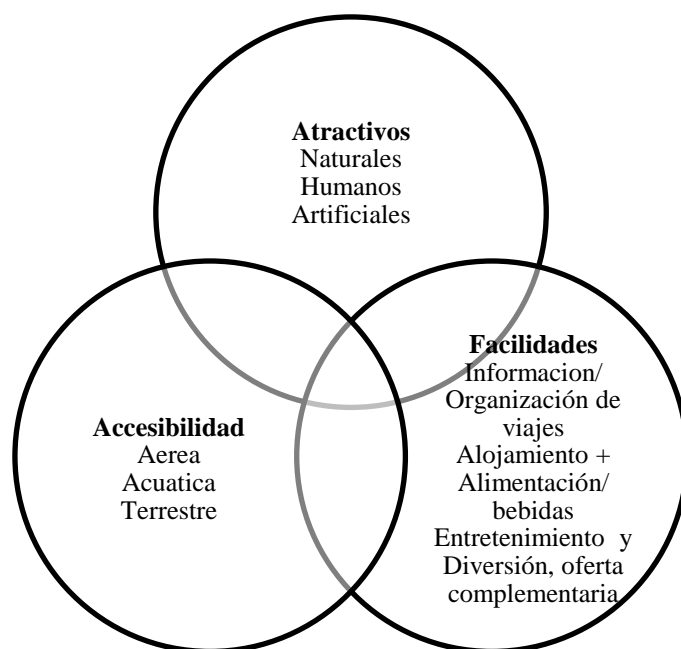


Ilustración 1. Elementos del producto turístico

Fuente: (Nasimba & Cejas, 2015)

Elaboración: Guerrero, C, 2020

2.3. Estado del Arte

2.3.1. Variable Independiente: Facilidades turísticas

Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte. (Sammarchi, 2001, págs. 129-144)

En cuanto a las facilidades turísticas son un “Conjunto de bienes y prestaciones de alojamiento, restauración, entretenimiento e intermediación, que hacen posible la realización de la actividad turística. Se refiere a las instalaciones y los servicios complementarios para

satisfacer las necesidades de los turistas, en la literatura académica también se denominan como planta turística”. (Solis, 2007)

Sin embargo las facilidades turísticas son los servicios de alojamiento, gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura o servicios necesarios para el turista, accesibilidad y transporte, estos se integran y constituyen el producto turístico. (Quadrini, 2012, pág. 30)

De igual manera las facilidades turísticas son todas las instalaciones y servicios con el propósito de facilitar el alojamiento, la alimentación, distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista, se dice que es el grupo de actividades que se diferencian entre sí, pero se relacionan, estas funcionan de forma armónica y coordinada. (Parra, 2011, pág. 15)

2.3.1.1. Equipamiento de Alojamiento

Son los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. En este campo están los establecimientos: hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico, casa de huéspedes. En este casillero deberán colocarse el número de habitaciones (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo. (Mintur, 2018, pág. 51)

Por otro lado se entiende por alojamiento turístico, el grupo de bienes destinados por el individuo natural o jurídico a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, por medio de contrato de hospedaje. (Sanisaca, 2012, pág. 156)

2.3.1.1.1. Actividad económica

La actividad económica es la utilización de recursos que hace la población para hacer frente a la escasez y crear riqueza. (Castrillón, 2009)

En efecto la actividad económica está definido por su demanda y el consumo de los bienes y servicios producidos para atender a sus clientes o demanda, esto incluye una amplia gama de actividades diferentes, por ejemplo, transporte hacia y en los destinos, alojamiento, abastecimiento, compras, servicios de agencias de viaje, operadores de turismo receptivo y emisor. (Maroni, Mastroscello, & Montefiore, 2007, pág. 50)

2.3.1.1.2. Prestación de servicio

La prestación del servicio al cliente se compone de determinados momentos de la verdad, considerados como cada uno de los instantes en los que el cliente tiene contacto con el servicio la persona o sistema que presta el servicio, todos y cada uno de los momentos de la verdad son importantes y condicionan la satisfacción global del cliente. (Junta de Andalucía, pág. 42)

Por otro lado se dice que la prestación o toma de un servicio permite determinar si el cliente se encuentra satisfecho o no, es decir, no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido. (Villalba, 2013, pág. 56)

2.3.1.1.3. Instalaciones

Ahora bien las instalaciones turísticas incluyen a todas las construcciones y/o adaptaciones que tienen la finalidad de facilitar la práctica de actividades turísticas las

mismas que se componen de muelles, piscinas, miradores, teleféricos, etc. (Ludeña, 2016, pág. 51)

De la misma manera las instalaciones son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas, sus elementos incluyen como servicios complementarios en los hoteles, restaurantes y otros. (Ibáñez & Cabrera, 2011, pág. 185)

2.3.1.1.4. Hospitalidad

El propósito básico de la hospitalidad es establecer relaciones humanas o fortalecer las ya existentes. (Hemmington, 2007)

En pocas palabras la hospitalidad es un conjunto de actitudes y comportamientos, personales y colectivos, del sector público y privado, referidos a la favorable recepción de las corrientes turísticas (Instituto de investigaciones turísticas, 1974)

2.3.1.1.5. De observación y vigilancia

Dentro de las facilidades turísticas el Ministerio de Turismo del Ecuador ha categorizado de diferente manera a los factores que influyen en el sector turístico entre ellos tenemos el parámetro de observación y vigilancia donde se clasifican así:

- **Miradores**

Facilidad turística definida como el lugar, que por su condición natural de ubicación privilegiada, permite a las personas tener la mejor vista de un paisaje o un acontecimiento que

tiene cualidades singulares, invita a la pausa, a la detención, a contemplar el atractivo y entorno. (Mintur, 2018, pág. 54)

- **Torre de avistamiento de aves (TAA)**

Es una facilidad de característica vertical elevada, que aprovecha el espacio aéreo, con altura suficiente (en ocasiones sobresale el dosel del bosque) y que permite realizar actividades (científicas o aficionadas) centradas en el avistamiento, observación y el estudio de las aves silvestres a fin de reconocer las distintas especies locales de acuerdo a sus características individuales (plumaje, canto, costumbres, entre otros). (Mintur, 2018, pág. 54)

- **Torre Salvavidas**

Es una facilidad elevada, ocupada por un salvavidas que se ubicada en línea frontal de la playa, laguna, (en ocasiones rivera de ríos) que permite observar y vigilar el comportamiento del agua (oleajes, crecidas, mareas etc.), detectar y alertar el surgimiento de posibles amenazas que afecte o ponga en riesgo la seguridad de las personas, a fin de proteger a los bañistas y en ciertos casos dar atención inmediata de primeros auxilios. (Mintur, 2018, pág. 55)

2.3.1.1.6. De recorrido y descanso

Dentro de las facilidades turísticas el Ministerio de Turismo del Ecuador ha categorizado de diferente manera a los factores que influyen en el sector turístico entre ellos tenemos el parámetro de recorrido y descanso donde se clasifican así:

- **Senderos**

Los senderos son rutas de acceso o viaje (en medios naturales e inclusive urbanos), siendo una de las primeras facilidades que se desarrollan ya que en ocasiones el sendero es el

único medio de ingreso a determinadas áreas. Son “caminos” que unen puntos opuestos, para ser atravesados (siempre, ocasional o potencialmente) por el visitante ya sea a pie o en algún tipo de transporte ligero (en ocasiones a campo traviesa) cuyo fin específico es la comunicación y la observación del medio natural o cultural local de donde se ubique. (Mintur, 2018, pág. 55)

- **Estaciones de sombra y descanso**

Mobiliario para exteriores que proporcionan sombra y descanso al visitante. (Mintur, 2018, pág. 55)

- **Áreas de acampar**

Son espacios naturales de acceso público acondicionados para la instalación de tiendas de campaña. Están debidamente delimitados y dotados de servicios básicos, que darán confort y seguridad al turista durante su estancia a fin de que pernocte una o más noches en una carpa y disfrute de una experiencia recreativa al aire libre. (Mintur, 2018, pág. 56)

- **Refugio de alta montaña**

Edificación destinada a alojar y proteger de las incidencias meteorológicas a montañistas o excursionistas; situado en zonas de montaña generalmente de difícil acceso o en núcleos rurales. (Mintur, 2018, pág. 56)

2.3.1.2. Restauración

Son aquellas empresas que se dedican, de forma habitual y profesional, a suministrar desde establecimientos, fijos o móviles, abiertos al público, mediante precio, comidas y/o bebidas para consumir en el propio establecimiento o fuera de él. (Corchero, 2008)

Así pues son empresas cuya actividad consiste en servir al público comidas o bebidas para consumir, de forma preferente, en sus establecimientos. (Gobierno del principado de Asturias, 2016, pág. 10)

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. (Gobierno del principado de Asturias, 2016, pág. 10)
- **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. (Gobierno del principado de Asturias, 2016, pág. 10)
- **Bares, cafés o similares:** Tendrán esta consideración los establecimientos que, dotados de barra y careciendo 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 o no de tapas, raciones o bocadillos. (Gobierno del principado de Asturias, 2016, pág. 10)

2.3.1.2.1. Servicios de alimentos y bebidas

Son los establecimientos dedicados a la elaboración y expendio de alimentos. En este campo se encuentran: restaurantes, cafeterías, bares y fuentes de soda. En este casillero deberán colocarse el número de mesas (capacidad instalada) y plazas (capacidad efectiva) de los establecimientos cercanos al atractivo. (Mintur, 2018, pág. 51)

En síntesis el servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares entre otros, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos o bebidas para consumo, además prestan otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (Mintur, 2018)

2.3.1.2.2. Señalética y señalización Gastronómica

La Señalización es un sistema que tiene por objeto regularizar flujos de gente o de vehículos en un espacio exterior sin influir en la imagen del entorno y sin tener en cuenta sus características, mientras la señalética, por el contrario, conforma la imagen del entorno e impacta directamente en él. (Costa, 2007)

La señalización y señalética gastronómica se puede observar por pictogramas de apoyo a los servicios turísticos estos son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos. (Mintur, 2011, pág. 37)

2.3.1.2.3. Servicio de Catering

Las empresas de catering son aquellas que se dedican a suministrar comidas y bebidas en el lugar designado por la clientela. (Guerra, 2014)

Así pues, catering social es el servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus domicilios,

estos pueden ser: residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc. (Melo & Guambi, 2004, pág. 14)

2.3.1.3. Servicios Turísticos

Los servicios turísticos se da cada vez que una persona emprende un viaje hacia los diferentes atractivos estos generan un conjunto de necesidades de transporte, alojamiento, alimentación, distracción, esparcimiento, excursiones, compras, deportes, etcétera, como una forma de satisfacer estas necesidades nacen los servicios turísticos. (Boullón, 1985)

Entonces los servicios turísticos son el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente en relación, que funcionan en forma armónica y coordinada para contestar a las exigencias de servicios planteadas por la estructura socio-económica de una cierta corriente turística. (Ramírez, 2008)

2.3.1.3.1. De apoyo a la gestión turística

Dentro de las facilidades turísticas el Ministerio de Turismo del Ecuador ha categorizado de diferente manera a los factores que influyen en el sector turístico entre ellos tenemos el parámetro de apoyo a la gestión turística donde se clasifican así:

- **Punto de información**

Es el espacio que brinda información sobre destinos turísticos de manera gratuita a los turistas que visitan el país. (Mintur, 2018, pág. 53)

- **ITUR**

Es un centro de información turística, manejado por Gobiernos Autónomos descentralizados y administrado a través de su unidad de turismo. Se encuentran ubicados en zonas estratégicas de gran concurrencia por visitantes y turistas. (Mintur, 2018, pág. 53)

- **Centro de interpretación**

Conocido también como centro de visitantes, es una facilidad turística de carácter lúdico que posee una temática con un mensaje claro, permite comunicar, introducir, dar la bienvenida y estimular al público en general a que continúe con la interpretación y aprendizaje del recurso local que está siendo visitado. (Mintur, 2018, pág. 53)

- **Centro de facilitación turística**

Los Centros de Facilitación Turística se caracterizan por ofrecer una serie de servicios de apoyo útiles para proporcionar una estadía placentera a turistas nacionales y extranjeros, a través de información turística especializada y servicios de soporte. (Mintur, 2018, pág. 54)

- **Centro de recepción de visitantes/garitas de guardianía.**

Facilidad que brinda un espacio de concentración temporal de visitantes, a fin de efectuar una distribución apropiada del flujo de visitas e impartir charlas informativas con orientación pedagógica (temáticas varían según el sitio, medio ambiente, histórico, aventura, etc. Está ubicada en el punto de partida y llegada dentro de un recorrido turístico planificado en un territorio delimitado. (Mintur, 2018, pág. 54)

2.3.1.3.2. De Servicio

Dentro de las facilidades turísticas el Ministerio de Turismo del Ecuador a categorizado de diferente manera a los factores que influyen en el sector turístico entre ellos tenemos el parámetro de servicio donde se clasifican así:

- **Baterías Sanitarias.**

De uso público en general. Idealmente deben estar separados según el género (damas – caballeros), aunque en casos excepcionales se puede aceptar su uso compartido. (Mintur, 2018, pág. 56)

- **Estacionamientos**

Son áreas o edificaciones destinadas a estacionamiento de vehículos a disposición del público. Pueden estar localizados en predios privados o zonas de uso público. Su administración puede ser pública o privada. (Mintur, 2018, pág. 56)

2.3.1.3.3. Inclusivas

Ahora bien turismo inclusivo tiende a generalizarse y confundirse con el de accesibilidad turística, y para definir aquella tipología turística que persigue la supresión de barreras a las personas con discapacidad, en este sentido, va más allá de los equipamientos turísticos de carácter empresarial (hoteles y restaurantes, principalmente), y se amplía también a equipamientos públicos (museos y centros de recepción), a elementos naturales (playas y espacios protegidos y de recreo) y a destinos turísticos (cascos históricos y patrimonios monumentales). (Jurado & Fernández, 2014)

Por lo tanto las facilidades inclusivas turísticas dirigidas a personas con discapacidades físicas y sensoriales son todas las implementaciones especiales que se incorporan en la planta

turística, atractivos y planificación turística, necesarios para permitir el turismo accesible. (Castro, 2016, pág. 25)

2.3.1.3.4. Fuentes de comunicación

Hace referencia a los sistemas de comunicación que se localizan en el atractivo turístico o en el poblado más cercano.

- **Telefonía.**

Si en el atractivo turístico existen sistemas de comunicación fija, móvil o satelital.

- **Conexión a internet**

Si en el atractivo existe algún tipo de conexión a internet; se debe seleccionar la correspondiente.

- **Radio portátil**

Si se cuenta con un dispositivo transmisor-receptor portátil que permite la comunicación entre dos o más personas distantes.

2.3.1.3.5. Servicio de intermediación

Se consideran servicio de intermediación turística aquellas empresas que se dedican a desarrollar actividades de mediación y organización de servicios turísticos, bajo las siguientes modalidades: agencias de viaje y centrales de reserva. (Gobierno del principado de Asturias, 2016, pág. 10)

Entonces el servicio o la actividad de intermediación es ejercida por agencias de servicios turísticos las sociedades comerciales, constituidas por personas tanto naturales como jurídicas y que, debidamente autorizadas, estas se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. (Ludeña, 2016, pág. 81)

2.3.1.3.6. Servicios complementarios

Los servicios complementarios se pueden decir que son negocios independientes como (piscinas o un campo de golf, tiendas, etc.). (Cárdenas F. , 2006, pág. 29)

Por consiguiente los servicios complementarios son los demás servicios que están a disposición del turista en base a sus necesidades en el lugar de visita estos son consultorios médicos, entidades bancarias, cajeros automáticos entre otros. (Aqualongo, 2019)

2.3.2. Variable Dependiente: Producto Turístico

Los productos y servicios turísticos se caracterizan por ser un gran entramado de relaciones con sistemas de transporte, infraestructuras, servicios generales, equipamientos de ocio y deportivos, etc., lo cual hace necesario que se haga una buena gestión para optimizar los recursos y alcanzar los objetivos propuestos. (Pavón & Sánchez, 2012)

Así mismo el producto turístico está compuesto por tres partes muy importantes por sus atractivos, las facilidades que permiten su uso y los accesos que garantizan el ingreso adecuado para su consumo. Estos tres componentes son muy importantes porque los turistas suelen percibirlos de forma integrada; por ejemplo, una excelente playa con atractivos interesantes, es desvalorizada si los servicios allí ofrecidos son malos y/o la accesibilidad insuficiente, excepto en el caso en que el segmento de mercado no tenga un interés particular respecto a éstos. En determinadas ocasiones un lugar prácticamente inaccesible es valorado como atractivo, pues justo la experiencia que se busca es esa: lo casi inalcanzable e inaccesible, para allí disfrutar del ambiente agreste silvestre, natural, no intervenido por el ser humano. (González, 2013)

Teniendo en cuenta que un producto turístico es un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística, resultantes de un proceso productivo en el que se combinan servicios y equipamientos con el propósito de ser ofrecido al mercado en búsqueda de satisfacer necesidades y deseos de los visitantes, a cambio de cierto precio. (Nasimba & Cejas, 2015)

Entonces el producto turístico es todo lo que contribuye a satisfacer al turista, conformado, en un nivel básico, por las facilidades (alojamientos, proveedores de restauración, de entretenimiento, agencia de viajes y otros) y accesibilidad (proveedores de transporte aéreo, marítimo, terrestre, fluvial y otros); el nivel más elevado o la experiencia completa se logra gracias a los atractivos (naturales, artificiales y de recurso humano). (Cárdenas F. , 2004)

2.3.2.1. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es considerado como un objetivo estratégico prioritario ya que permite medir el éxito del producto existiendo un acuerdo generalizado sobre su importancia, tanto a nivel general como en el caso concreto del turismo, aunque no exista un consenso sobre su definición, su dimensionalidad o sobre la forma de hacerlo operativo. (Devesa, Laguna, & Palacios, 2005, pág. 170)

Dado que el nivel de satisfacción depende de dos factores como el factor humano y la valoración de la accesibilidad de servicios siendo el primero el que más determina la satisfacción a pesar de la motivación eminentemente cultural de los visitantes. (Devesa, Laguna, & Palacios, 2005, pág. 170)

2.3.2.1.1. Servicios Proporcionados

El servicio proporcionado son las percepciones de la calidad y los juicios de satisfacción han sido reconocidos como aspectos fundamentales para explicar las conductas deseables del consumidor. (Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993)

Por consiguiente es el valor percibido (del servicio) es el juicio del cliente sobre el servicio recibido, donde todos los beneficios y sacrificios percibidos respecto al mismo son procesados simultáneamente en la mente del cliente, lo cual conduce a una evaluación global. (Martín, Barroso, & Martín, 2004)

2.3.2.1.2. Nivel de empatía

La empatía es la capacidad de comprender los sentimientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar. Es una habilidad indispensable para los seres humanos, teniendo en cuenta que toda nuestra vida transcurre en contextos sociales complejos. (López, Filippetti, & Richaud, 2014, pág. 38)

Entonces la empatía es la percepción de una emoción a través de los gestos y múltiples articulaciones individuales, activaba de forma directa lo mismo en la persona que lo recibía, que lo percibía, sin intervención alguna de funciones cognitivas. (Chauvie, 2015)

2.3.2.1.3. Expectativa del servicio

Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo, estas se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: (Kotler & Armstrong, 2003)

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores. (Kotler & Armstrong, 2003)

2.3.2.1.4. Percepción

Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. (Kotler & Armstrong, 2003)

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. (Kotler & Armstrong, 2003)

2.3.2.1.5. Fidelidad

La fidelidad se considera como una actitud que conlleva diferentes sensaciones que crean en el cliente un apego individual al servicio. (Setó, 2003)

Sin embargo la fidelidad es un comportamiento efectivo materializado en la repetición de las compras del mismo producto, marca o proveedor, sin apreciar las intenciones

declaradas por el cliente respecto de futuras adquisiciones. (Rodríguez, Camero, & Gutiérrez, 2002)

2.3.2.2. Accesibilidad

La accesibilidad supone un derecho que otorga a una persona la real posibilidad de ingresar, transitar y permanecer en un lugar, de forma segura, autónoma y comfortable. (Simian, 2014, pág. 268)

Entonces la accesibilidad son las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización. (Mintur, 2018, pág. 13)

2.3.2.2.1. Senderos Interpretativos

Los senderos interpretativos son considerados una de las actividades del ecoturismo más promisorias en cuanto a la conservación del patrimonio cultural y natural su componente principal es la interpretación, estos promueven el desarrollo de la actividad turística de forma responsable si es debidamente planificado. (Valderrama, 2015)

Sin embargo los senderos interpretativos permiten el contacto directo de los visitantes con los valores sobre o en torno a los cuales se quiere dar un mensaje, el desarrollo de una temática o un tópico particular, cada sendero tiene un objetivo específico que se sustenta en el desarrollo de las actividades, centrando la atención en un aspecto que el visitante pueda interiorizar y que a la vez sirva de hilo conductor de los contenidos del mensaje. (Sectur, 2005)

2.3.2.2.2. Rutas de acceso

Hace referencia a la vía conectora por la cual se puede acceder al atractivo. (Mintur, 2018, pág. 46)

Acceso Terrestre

Hace referencia al acceso principal al atractivo, indicando el tipo y estado de las vías terrestres. Según la Constitución de la República del Ecuador y el COOTAD, los sistemas viales se encuentran agrupados de acuerdo a las competencias de los diferentes niveles de gobierno que las planifican y mantienen. (Mintur, 2018, pág. 46)

La red vial estatal está integrada por las vías primarias también conocidas como de primer orden o arteriales y secundarias también conocidas como de segunda orden o colectoras. (Mintur, 2018, pág. 46)

- **Vías primarias:** Conectan cruces de frontera, puertos y capitales de provincia. Su tráfico proviene de las vías secundarias, debe poseer una alta movilidad, accesibilidad controlada y estándares geométricos adecuados. (Mintur, 2018, pág. 46)
- **Vías secundarias:** Son las que recolectan el tráfico de una zona rural o urbana para conducirlo a las vías primarias. Las vías secundarias reciben un nombre propio compuesto por las ciudades o localidades que conectan. (Mintur, 2018, pág. 46)
- **Vías terciarias:** Red vial provincial secundaria: conectan cabeceras de parroquias y zonas de producción con los caminos de la red vial estatal y caminos vecinales de un reducido tráfico. (Mintur, 2018, pág. 46)

Red vial provincial terciaria: enlazan los flujos desde las vías secundarias a los caminos vecinales. Son de bajo tráfico vehicular y generalmente se encuentra en mal estado. (Mintur, 2018, pág. 47)

Red vial provincial vecinal: enlazan los flujos desde los predios o parcelas productivas hacia caminos terciarios, generalmente caminos en mal estado y de baja intensidad de tránsito. (Mintur, 2018, pág. 47)

Red vial cantonal: es el conjunto de vías urbanas e interparroquiales administradas por cada uno de los consejos municipales. Está integrada por las vías de carácter urbano al interior de la ciudad. De igual manera se requiere seleccionar el estado. (Mintur, 2018, pág. 47)

- **Bueno:** cuando las condiciones para transitar y circular son óptimas y no implican ningún riesgo. Se realiza con cualquier clase de vehículo. (Mintur, 2018, pág. 47)
- **Regular:** cuando las condiciones para transitar y circular presentan fallas y pueden implicar algún tipo de riesgo para quien las recorra. Preferiblemente se debe utilizar vehículos con doble tracción. (Mintur, 2018, pág. 47)
- **Malo:** cuando las condiciones para transitar y circular no son las adecuadas o casi nulas y recorrerlas implica un evidente riesgo para sus usuarios. En vías de mal estado es probable que solamente vehículos con adaptaciones especiales (4x4) puedan circular. (Mintur, 2018, pág. 47)

2.3.2.2.3. Infraestructura y medios inclusivos

La infraestructura es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo, este es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación. (Varisco, 2013, pág. 68)

2.3.2.2.4. Señalética

Hace referencia a la existencia de señalización turística de aproximación al atractivo que permita al visitante llegar al mismo. Se toma como referencia a la ciudad o poblado más cercano al lugar para esto se registrarán todos los tipos de señaléticas encontradas en el atractivo de acuerdo a las especificaciones mencionadas a continuación: (Mintur, 2018, pág. 50)

Pictogramas.

Tipo de señalética que a través de signos representa esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio. El Manual de Señalización Turística 2017 contempla pictogramas de aluminio con las siguientes dimensiones de pantalla (600X600 mm) o (750X750 mm) y pictogramas de madera con dimensiones (500 x 500 mm) o (500 x 700 mm). (Mintur, 2018, pág. 71)

EJEMPLO					
TIPO	Pictogramas de atractivos naturales	Pictogramas de atractivos culturales.	Pictogramas de actividades turísticas	Pictogramas de servicios de apoyo	Pictogramas de restricción

Ilustración 2. Pictogramas

Fuente: (Mintur, 2018)

Tótems.

Tipo de señalética localizadas en áreas urbanas de una ciudad y cercanos a atractivos turísticos, las cuales están conformada por tótems de atractivos, de sitio y de direccionamiento. (Mintur, 2018, pág. 71)

EJEMPLO			
TIPO	Totem de Atrativos Turísticos (2400 x 1200 mm)	Tótems de Sitio (2400 x 400 mm)	Tótems de Direccionamiento (2400 x 400 mm)

Ilustración 3. Tótems

Fuente: (Mintur, 2018)

Señales de madera.

Tipo de señalética localizadas en áreas naturales y cercanos a atractivos turísticos, las cuales están conformadas por pictogramas, señales de aproximación y direccionamiento, tótems de sitio, de direccionamiento, paneles informativos y mesas interpretativas. (Mintur, 2018, pág. 71)

EJEMPLO				
TIPO	Pictograma, (500 x 700 mm)	Señal de Aproximación y Direccionamiento, hacia sitios o instalaciones (1000 x 300 mm)	Tótem de Sitio (1400 x 400 mm)	Tótem de Direccionamiento (1400 x 400 mm)

Ilustración 4. Señales de madera

Fuente: (Mintur, 2018)

2.3.2.2.5. Señalización

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos, esta es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno, constituye una forma de guía para el individuo en un lugar

determinado, que llama discretamente su atención y da la información requerida en forma “instantánea” y “universal”. (Mintur, 2011, pág. 10)

Tipos de Señalización

- **Señales regulatorias (Código R)**

Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se aplica un requerimiento legal, la falta del cumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito. (Mintur, 2011, pág. 12)



Ilustración 5. Señales regulatorias

Fuente: (Mintur, 2018)

- **Señales preventivas (Código P)**

Advierten a los usuarios de las vías, sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía o sectores adyacentes a la misma. (Mintur, 2011, pág. 12)



Ilustración 6. Señales preventivas

Fuente: (Mintur, 2011)

- **Señales de información (Código I)**

Informan a los usuarios de la vía de las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico. (Mintur, 2011, pág. 12)



Ilustración 7. Señales de información

Fuente: (Mintur, 2011)

- **Señales especiales delineadoras (Código D)**

Delinean al tránsito que se aproxima a un lugar con cambio brusco (ancho, altura y dirección) de la vía, o la presencia de una obstrucción en la misma. (Mintur, 2011, pág. 12)

- **Señales para trabajos en la vía y propósitos especiales (Código T)**

Advierten, informan y guían a los usuarios viales a transitar con seguridad sitios de trabajos en las vías y aceras además para alertar sobre otras condiciones temporales y peligrosas que podrían causar daños a los usuarios viales. (Mintur, 2011, pág. 12)



Ilustración 8. Señales para trabajos en la vía

Fuente: (Mintur, 2011)

2.3.2.2.6. Transporte

Comprende a la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación (Ludeña, 2016, pág. 81)

Simultáneamente el transporte constituye un elemento esencial del producto turístico porque representa tres elementos estos son el medio de llegar al destino, un medio necesario para los desplazamientos en el destino visitado o simplemente porque constituye la propia

atracción o la actividad turística, también, se plantea que el turismo y el transporte se han desarrollado en forma paralela. (Ahnlund, Brebbia, & Pineda, 2010)

2.3.2.3. Atractivos Turísticos

Un atractivo turístico es todo lugar que constituya un destino turístico y debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros, estas características desde el punto de vista del visitante, se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención, mientras que desde el punto de vista de la región visitada los recursos turísticos constituyen lo que se puede ofrecer al visitante, los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales. (Gurría, 1991)

En efecto un atractivo turístico es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico, este es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio. (Mintur, 2018, pág. 31)

2.3.2.3.1. Recursos naturales

Son aquellos creados por la naturaleza es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana. (Gurría, 1991)

De la misma forma los recursos naturales son aquellos elementos de la naturaleza que le sirven al hombre para satisfacer sus necesidades, como el agua, la energía solar, los animales o las plantas, entre otros. (Amaiquema, 2015, pág. 39)

2.3.2.3.2. Recursos culturales

Son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales. (Gurría, 1991)

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

CAPÍTULO III. METODOLOGIA.

3.1. Tipo y Diseño de la investigación

3.1.1. Tipo

3.1.1.1. Investigación Documental

La investigación documental se basa en un proceso de búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales tanto impresas, audiovisuales o electrónicas. (Arias, 2006, pág. 27)

Por consiguiente la presente indagación se basó y se desarrolló una investigación documental debido a que se comprobó diferentes documentos como tesis, revistas, artículos científicos, libros entre otros, que tienen una analogía de la temática planteada de facilidades y productos turísticos.

3.1.1.2. Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Arias, 2006, pág. 31)

Por consiguiente indagación es tipo de campo donde se aplicó la técnica de encuestas a las autoridades del GAD Parroquial y a los prestadores de servicio de San Antonio de Pasa

3.1.2. Diseño de la investigación

3.1.2.1. Investigación No experimental

Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 152)

Por lo tanto esta investigación tiene un diseño no experimental ya que no se manipulo las variables investigativas donde solo se observaron los fenómenos y no se experimentó o se realizó ninguna acción.

3.1.2.2. Investigación Transversal

Diseños transaccionales o transversales Investigaciones que recopilan datos en un momento único (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 154)

Además la indagación tiene un diseño transversal debido a que se aplicó una sola vez las encuestas en un solo exclusivo instante y en una época determinada.

3.1.2.3. 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, 2006, pág. 24)

El presente proyecto se utilizó el diseño de investigación descriptiva ya que nos

ayudó a describir la realidad de las variables planteadas, recogiendo información de la localidad como atractivos, facilidades que posee esta para el planteamiento de una propuesta.

3.1.2.4. Investigación Correlacional

El diseño de investigación es correlacional ya que tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación existente entre dos o más variables, donde se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. (Arias, 2006, pág. 25)

Po lo tanto el proyecto investigativo se utilizó el diseño correlacional este nos ayuda a ver qué relación tiene entre las variables facilidades y productos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa donde nos ayudó a medir estadísticamente su relación mediante los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a las autoridades y prestadores de servicio de la localidad.

3.2. Unidad de Análisis

La unidad de análisis nos indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 183)

Así pues la unidad de análisis nos ayudó a analizar y ver a que personas vamos aplicar nuestros instrumentos de investigación.

En la investigación se enfocó a dos segmentos de la localidad:

- ✓ Las autoridades del GAD parroquial de Pasa del cantón Ambato

- ✓ Los prestadores de servicio de la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato

3.3. Población de estudio

Población 1 (VI): Se tomó en cuenta a las autoridades que ejercen su actividad en el GAD parroquial de Pasa del año 2020, según los datos adquiridos en el GAD parroquial de Pasa las personas que ejercen estas actividades son 16 personas esta información fue facilitada por la junta parroquial de San Antonio de Pasa.

Población 2 (VD): Como segunda población se tomó en cuenta a los propietarios de los prestadores de servicios turísticos existentes en la parroquia San Antonio de Pasa del año 2020, según el catastro facilitado por la técnica del GAD parroquial de Pasa se tiene 39 prestadores de servicio.

3.4. Tamaño de la muestra

Muestra 1 (VI): La primera muestra se tomó a todas las personas que ejercen alguna actividad en el GAD parroquia de Pasa del año 2020 en total son 16 personas debido a la población es limitada se tomó como muestra a toda la población.

Cuadro 1. Autoridades del GAD parroquial de Pasa

N°-	Nombre	Puesto Institucional
1	Jaime Gonzalo Pacha Pujos	Presidente
2	Inés Verónica Olovacha Toapanta	Vicepresidente
3	Días Andagana Luis Alonso	Vocal
4	Cashabamba Chipantiza Segundo Vidal	Vocal
5	Andagana Guananga Carlos Alcides	Vocal
6	Aida Verónica Villacrés Altamirano	Técnica
7	Paredes Oñate María Gabriela	Secretaria Tesorera
8	Carlos Gonzalo Pacha Caizabanda	Empleado de Limpieza
9	Flores Yunapanta Ligia Paulina	Técnico de Atención en el hogar y la familia
10	Lema Pasto Adriana Lizbeth	Tutor del Adulto Mayor
11	Juan Carlos Sarango Carpio	Trabajador Social – ETI
12	Valle Pico Mariela Isabel	Psicólogo – ETI
13	Mesías Lescano Adriana Margoth	Promotor - ETI
14	Ángel German Velasco Peñaloza	Trabajador Social – ETI
15	Joana Elizabeth Telenchana Núñez	Psicólogo – ETI
16	Jessica Daniela Fernández Chachipanta	Promotor – ETI

Fuente: GAD parroquial de Pasa

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Muestra 2 (VD) Para la segunda muestra se consideró una selección por conveniencia a los prestadores de servicio catastrados de la parroquia San Antonio de Pasa, se trabajó con 16 propietarios de los prestadores de servicio, 4 establecimientos de alojamiento (2 Posadas, 2 complejos turísticos), 6 establecimientos de alimentos y bebidas y 6 talleres de artesanías (3 talleres de camisas, 2 taller de tejidos y 1 taller de tejidos con totora) por lo cual no se utilizó ninguna fórmula.

El método por conveniencia permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos, esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. (Otzen & Manterola, 2017, pág. 230)

Cuadro 2. Prestadores de servicios

N°-	Actividad turística de los prestadores de servicio	N° de Establecimientos
1	Establecimientos de Alojamiento (Posadas y complejos turísticos)	4
2	Establecimientos de Alimentos y bebidas	6
3	Talleres de Artesanos (Confección de camisas, tejidos y canastas)	6
	Total	16

Fuente: GAD parroquial de Pasa

Elaborado: Guerrero, C. 2020

3.5. Selección de la muestra

Muestra 1. La muestra de la variable independiente referente a las facilidades turísticas se trata de una muestra probabilística, se tomó a las 16 autoridades del GAD parroquial de Pasa del cantón Ambato para identificar las diferentes facilidades que posee la parroquia.

Muestra 2. La muestra de la variable independiente referente al producto turístico se trata de una muestra no probabilística por conveniencia, se tomó a 16 propietarios de los prestadores de servicio catastrados con el fin de identificar los productos turísticos existentes en la parroquia rural de San Antonio de Pasa.

3.6. Matrices de Investigación

3.6.1. Matriz de Operacionalización

Cuadro 3. Matriz de Operacionalización

Variables	Dimensiones o Categorías	Indicadores	Métodos/ Técnicas/ Instrumentos
<p>VI: Facilidades Turísticas Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el <u>equipamiento de alojamiento</u>, los <u>servicios de gastronomía</u>, amenidades turísticas, infraestructura y/o <u>servicios</u> necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte. (Sammarchi, 2001)</p>	Equipamiento de alojamiento	Actividad económica Prestación de servicio Instalaciones Hospitalidad Observación y vigilancia De recorrido y descanso	M. Descriptiva, Correlacional T. Encuesta Inst. Cuestionario, Excel, SPSS
	Restauración	Servicios de alimentos y bebidas Señalización y señalética gastronómica Servicio de Catering	
	Servicios	De apoyo a la gestión turística De servicio Inclusivas Fuentes de comunicación Servicio de intermediación Servicios complementarios	
	Satisfacción del cliente	Servicios proporcionados Nivel de empatía Expectativa del servicio Percepción del servicio Fidelidad	
<p>VD: Producto Turístico El producto turístico es todo lo que contribuye a <u>satisfacer al turista</u>, conformado, en un nivel básico, por las <u>facilidades</u> (alojamientos, proveedores de restauración, de entretenimiento, agencia de viajes y otros) y <u>accesibilidad</u> (proveedores de transporte aéreo, marítimo, terrestre, fluvial y otros); el nivel más elevado o la experiencia completa se logra gracias a los <u>atractivos</u> (naturales, artificiales y de recurso humano). (Cárdenas F. , 2004, pág. 151)</p>	Accesibilidad	Senderos Interpretativos Rutas de acceso Infraestructura y medios inclusivos Señalética Señalización Transporte	M. Descriptiva, Correlacional T. Encuesta Inst. Cuestionario, Excel, SPSS
	Atractivos Turísticos	Recursos Naturales Recursos Culturales	

Fuente: Autor

Elaborado: Guerrero, C. 2020

3.6.2. Matriz de consistencia

Cuadro 4. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Dimensiones
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.</p>	<p>Hipótesis General Existe relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.</p>	<p>Equipamiento de alojamiento Restauración Servicios</p>
<p>Problema Especifico ¿Cuál es la relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato? ¿Cuál es la relación entre la restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato? ¿Cuál es la relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato?</p>	<p>Objetivo Especifico Determinar la relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato. Determinar la relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato. Determinar la relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.</p>	<p>Hipótesis Especifico Existe relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato. Existe relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato. Existe relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.</p>	<p>Dimensiones Satisfacción del turista Accesibilidad Atractivos Turísticos</p>

Fuente: Autor

Elaborado: Guerrero, C. 2020

3.7. Técnicas e Instrumentos

3.7.1. Técnica

Las técnicas de investigación es un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que orientan al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación, estas pueden ser utilizadas en cualquier rama del conocimiento que busque la lógica y la comprensión del conocimiento científico de los hechos y acontecimientos que nos rodean. (Maya, 2014, pág. IV)

3.7.1.1. La Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. (López & Fachelli, 2015, pág. 5)

Consiguiente a esto se realizó una encuesta dirigida a las autoridades del GAD parroquial de Pasa y otra a los prestadores de servicio de la parroquia San Antonio de Pasa, ya que estos dos segmentos poseen la información de las facilidades y productos turísticos que existen en la zona

3.7.2. Instrumentos

3.7.2.1. Cuestionario

El cuestionario constituye el instrumento de recogida de los datos donde aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada, y en donde se consignan las

respuestas mediante un sistema establecido de registro sencillo. (López & Fachelli, 2015, pág. 17)

Por ello se estableció un cuestionario para la aplicación de las encuestas utilizando la escala de Likert para las dos variables de la investigación tanto para facilidades y productos turísticos.

3.8. Validez de y confiabilidad del instrumentos

Es al grado en que un instrumento refleja un dominio específico del contenido de lo que se quiere medir, se trata de determinar hasta dónde los ítems o reactivos de un instrumento son representativos del universo de contenido de la característica o rasgo que se quiere medir, responde a la pregunta cuán representativo es el comportamiento elegido como muestra del universo que intenta representar. (Corral, 2009, pág. 230)

3.8.1. Selección de los expertos

Para la aplicación de los instrumentos fue indispensable la validación y verificación de estos, por este motivo se recurrió a 4 expertos en el ámbito turístico, donde se eligió a los miembros del tribunal que fueron designados, a continuación se da a conocer a los expertos que participaron con su debido cargo que ejercen en la institución.

Cuadro 5. Validación de los expertos

N°	Experto	Cargo
1	Mgs. Renato Herrera Chávez	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
2	Dr. Víctor Velasco Samaniego	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
3	Mgs. Danilo Quintana Puga	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
4	Mgs. Henry Yánez Villa	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo

Elaborado: Guerrero, C. 2020

3.9. Confiabilidad de los instrumentos

Para la confiabilidad de los instrumentos de la presente investigación se usó el programa SPSS 25 y se aplicó el estadígrafo Alfa de Cronbach a 4 expertos donde se determinó la correlación de las preguntas establecidas en escala de Likert de la variable independiente facilidades y la variable dependiente productos turísticos, para esta confiabilidad se utilizó las siguientes escalas:

- 0.90 – 1.00 Se califica como muy satisfactorio
- 0.80 – 0.89 Se califica como adecuado
- 0.70 – 0.79 Se califica como moderada
- 0.60 – 0.69 Se califica como baja
- 0.50 – 0.59 Se califica como muy baja
- < 0.50 Se califica como no confiable

3.9.1. Alfa de Cronbach, Variable Facilidades

Del instrumento de la Variable Independiente “Facilidades” estuvo constituido de 15 preguntas o ítems en escala de Likert, se obtuvo un promedio de 0.980 como se puede ver en la tabla a continuación:

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad, Facilidades

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	15

Fuente: Análisis de instrumentos variable independiente “Facilidades”

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Según la valoración de fiabilidad del instrumento de la variable independiente Facilidades corresponde a 0.90-1.00 según los valores del coeficiente de Alfa de Cronbach donde se califica como muy satisfactorio

3.9.2. Alfa de Cronbach, Variable Productos Turísticos

Del instrumento de la Variable dependiente “Productos Turísticos” estuvo constituido de 13 preguntas o ítems en escala de Likert, se obtuvo un promedio de 0.976 como se puede ver en la tabla a continuación:

Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad, Productos Turísticos

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa	de	N	de
Cronbach		elementos	
,976		13	

Fuente: Análisis de instrumentos variable dependiente “Productos Turísticos”

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Según la valoración de fiabilidad del instrumento de la variable dependiente Productos Turísticos corresponde a 0.90-1.00 según los valores del coeficiente de Alfa de Cronbach donde se califica como muy satisfactorio

3.10. Análisis e interpretación de la información

En la aplicación del estadígrafo alfa de cronbach aplicado se logró visualizar la confiabilidad de los instrumentos, estos fueron hechos con base en la matriz de operacionalización de variables donde se identificó las dimensiones e indicadores para la investigación.

Por lo tanto en la variable I o independiente que corresponde a las Facilidades, la aplicación de alfa de cronbach se obtuvo un puntaje de 0.98 con una calificación muy satisfactorio mientras por otro lado en la variable II o dependiente que corresponde a los Productos Turísticos en la aplicación de alfa de cronbach se obtuvo un puntaje de 0.976 de igual manera con una calificación muy satisfactoria. De esta manera se confirmó la confiabilidad de los instrumentos de la investigación.

Para esto se elaboró una base de datos con los diferentes resultados de las personas encuestadas para posteriormente validarlos usando el programa SPSS versión 25. Los diferentes resultados que se consiguió se exhiben de forma ordena en tablas y gráficos, tomando a consideración las variables, el número de personas encuestadas y los porcentajes para la obtención de un análisis claro de los datos adquiridos.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de los resultados

4.1.1. Encuesta aplicada a las autoridades del GAD parroquial de Pasa (Variable Independiente “Facilidades”)

Cuadro 6. Encuesta Facilidades

N°	Indicador	Interpretación
		Datos Generales
1	Género	<ul style="list-style-type: none">• El 56,3% de autoridades son de género masculino• El 43,8% sobrante son de género femenino
2	Edad	<ul style="list-style-type: none">• El 18,8% de autoridades ostentan una edad promedio de 18–28 años.• El 50,0% ostentan una edad promedio de 29-39 años.• El 31,3% restante de autoridades ostentan una edad promedio de 40-50 años.
3	Nivel de Instrucción	<ul style="list-style-type: none">• El 6,3% de autoridades poseen un nivel de instrucción de primaria.• El 12,5% de autoridades poseen un nivel de instrucción de secundaria.• El 75,0% de autoridades poseen un nivel de instrucción de tercer nivel• El 6,3% restante de autoridades poseen una nivel de instrucción de cuarto nivel
		Información Especificas
1	¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa se implemente la actividad económica del servicio de alojamiento?	<ul style="list-style-type: none">• El 6,3% de autoridades consideran poco importante la implementación de la actividad económica de alojamiento.• El 18,8% de autoridades consideran neutral la implementación de la actividad económica de alojamiento.• El 18,8% de autoridades consideran importante la implementación de la actividad económica de alojamiento.• El 56,3% restante de autoridades consideran muy importante la implementación de la actividad económica de alojamiento.
2	¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa se regule la prestación de servicios turísticos?	<ul style="list-style-type: none">• El 12,5% de autoridades consideran poco importante la regulación de la prestación de servicios turísticos.• El 18,8% de autoridades consideran neutral la regulación de la prestación de servicios turísticos.• El 18,8% de autoridades consideran importante la regulación de la prestación de servicios turísticos.• El 50,0% restante de autoridades consideran muy

	importante la regulación de la prestación de servicios turísticos.
3	<p>¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa los prestadores de servicio tengan instalaciones acordes a los servicios prestados?</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran que no es importante tener instalaciones acordes al servicio prestado. • El 6,3% de autoridades consideran poco importante tener instalaciones acordes al servicio prestado. • El 25% de autoridades consideran neutral tener instalaciones acordes al servicio prestado. • El 18,8% de autoridades consideran importante tener instalaciones acordes al servicio prestado. • El 43,8% restante de autoridades consideran muy importante tener instalaciones acordes al servicio prestado.
4	<p>¿Considera importante que en la parroquia de San Antonio de Pasa los prestadores de servicio proporcionen un adecuado servicio de hospitalidad que aporte a la satisfacción del turista?</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran poco importante proporcionar un adecuado servicio de hospitalidad. • El 12,5% de autoridades consideran neutral proporcionar un adecuado servicio de hospitalidad. • El 31,3% de autoridades consideran importante proporcionar un adecuado servicio de hospitalidad. • El 50,0% restante de autoridades consideran muy importante proporcionar un adecuado servicio de hospitalidad.
5	<p>¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan facilidades turísticas de observación (Miradores, Torres de avistamiento de aves) para mejorar la experiencia del turista en el entorno natural?</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 18,8% de autoridades consideran neutral la existencia de facilidades de observación y vigilancia. • El 50,0% de autoridades consideran importante la existencia de facilidades de observación y vigilancia. • El 31,3% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de facilidades de observación y vigilancia.
6	<p>¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan instalaciones de recorrido y descanso (centros de interpretación, puntos de información, centro de facilitación turística) para el bienestar del turista?</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran no importante la existencia de facilidades de recorrido y descanso. • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia de facilidades de recorrido y descanso. • El 25,0% de autoridades consideran neutral la existencia de facilidades de recorrido y descanso. • El 25,0% de autoridades consideran importante la existencia de facilidades de recorrido y descanso. • El 37,5% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de facilidades de recorrido y descanso.
7	<p>¿Considera importante que en la parroquia San</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 12,5% de autoridades consideran neutral la existencia de servicios de alimentos y bebidas.

<p>Antonio de Pasa existan servicios de alimentos y bebidas para la deleite del turista?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 37,5% de autoridades consideran importante la existencia de servicios de alimentos y bebidas. • El 50% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de servicios de alimentos y bebidas.
<p>8 ¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan señalización y señalética gastronómica para la satisfacción del turista?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran no importante la existencia señalización y señalética gastronómica. • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia de señalización y señalética gastronómica. • El 12,5% de autoridades consideran importante la existencia de señalización y señalética gastronómica • El 75,0% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de señalización y señalética gastronómica
<p>9 ¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa exista el servicio de catering para la satisfacción del turista?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran no importante la existencia del servicio de catering. • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia del servicio de catering. • El 18,8% de autoridades consideran neutral la existencia del servicio de catering. • El 31,3% de autoridades consideran importante la existencia del servicio de catering. • El 37,5% restante de autoridades consideran muy importante la existencia del servicio de catering.
<p>10 ¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios de apoyo a la gestión turística como (Puntos de información, ITUR, MINTUR, otros) para prestarles información a los visitantes?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran no importante la existencia del servicio de apoyo a la gestión turística. • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia del servicio de apoyo a la gestión turística. • El 12,5% de autoridades consideran neutral la existencia del servicio de apoyo a la gestión turística. • El 25,0% de autoridades consideran importante la existencia del servicio de apoyo a la gestión turística. • El 50,0% restante de autoridades consideran muy importante la existencia del servicio de apoyo a la gestión turística.
<p>11 ¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan facilidades turísticas de servicio (baterías sanitarias, estacionamientos) para suplir las necesidades de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia de facilidades turísticas de servicio. • El 25,0% de autoridades consideran neutral la existencia de facilidades turísticas de servicio. • El 25,0% de autoridades consideran importante la existencia de facilidades turísticas de servicio. • El 43,8% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de facilidades turísticas de

turista?	servicio.
<p>12 ¿Considera importante que son necesarias facilidades inclusivas en los diferentes atractivos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 12,5% de autoridades consideran neutral la existencia de facilidades inclusivas. • El 43,8% de autoridades consideran importante la existencia de facilidades inclusivas. • El 43,8% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de facilidades inclusivas.
<p>13 ¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan fuentes de comunicación acordes para la promoción de los atractivos turísticos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia de fuentes de comunicación. • El 18,8% de autoridades consideran neutral la existencia de fuentes de comunicación. • El 31,3% de autoridades consideran importante la existencia de fuentes de comunicación • El 43,8% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de fuentes de comunicación
<p>14 ¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa exista el servicio de intermediación (operadoras, Agencias de viaje) para incrementar la demanda turística?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran no importante la existencia del servicio de intermediación. • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia del servicio de intermediación • El 31,3% de autoridades consideran neutral la existencia del servicio de intermediación. • El 25,0% de autoridades consideran importante la existencia del servicio de intermediación. • El 31,3% restante de autoridades consideran muy importante la existencia del servicio de intermediación
<p>15 ¿Considera importante que la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios complementarios (centros de salud, retén policial, mercados, sistema bancarios entre otros) para la comodidad del turista?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de autoridades consideran poco importante la existencia de servicios complementarios • El 6,3% de autoridades consideran neutral la existencia de servicios complementarios • El 56,3% de autoridades consideran importante la existencia de servicios complementarios. • El 31,3% restante de autoridades consideran muy importante la existencia de servicios complementarios

Fuente: Encuestas realizadas a autoridades, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

4.1.2. Encuesta aplicada a las autoridades del GAD parroquial de Pasa (Variable Independiente “Productos Turísticos”)

Cuadro 7. Encuesta Productos Turísticos

N°	Indicador	Interpretación
Datos Generales		
1	Género	<ul style="list-style-type: none"> El 56,3% de prestadores de servicios son de género masculino El 43,8% restante son de género femenino
2	Edad	<ul style="list-style-type: none"> El 6,3% de prestadores de servicios ostentan una edad promedio de 18-28 años. El 25,0% de prestadores de servicios ostentan una edad promedio de 29-39 años. El 18,8% de prestadores de servicios ostentan una edad promedio de 40-50 años. El 12,5% de prestadores de servicios ostentan una edad promedio de 51-60 años. El 37,5% restante de prestadores de servicios ostentan una edad promedio de 61-70 años.
3	Nivel de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> El 43,8% de prestadores de servicios poseen un nivel de instrucción de primaria. El 31,3% de prestadores de servicios poseen un nivel de instrucción de secundaria. El 25,0% restante de prestadores de servicios poseen un nivel de instrucción técnico
Información Específicas		
1	¿Considera importante que los servicios proporcionados por los prestadores de servicio en la parroquia San Antonio de Pasa son acordes a las necesidades de los turistas?	<ul style="list-style-type: none"> El 6,3% de prestadores de servicio consideran que no es importante los servicios proporcionados El 18,8% de prestadores de servicio consideran poco importante los servicios proporcionados El 37,5% de prestadores de servicio consideran neutral los servicios proporcionados El 12,5% de prestadores de servicio consideran importante los servicios proporcionados. El 25,0% restante de prestadores de servicio consideran muy importante los servicios proporcionados.
2	¿Considera importante que al prestar un servicio turístico en la parroquia San Antonio de Pasa es necesario tener un alto nivel de empatía para satisfacer al turista?	<ul style="list-style-type: none"> El 6,3% de prestadores de servicio consideran que no es importante tener un alto nivel de empatía El 6,3% de prestadores de servicio consideran poco importante tener un alto nivel de empatía El 6,3% de prestadores de servicio consideran neutral tener un alto nivel de empatía El 43,8% de prestadores de servicio consideran importante tener un alto nivel de empatía.

		<ul style="list-style-type: none"> • El 37,5% restante de prestadores de servicio consideran muy importante tener un alto nivel de empatía
3	¿Considera importante satisfacer las expectativas de los turistas con una adecuada prestación de servicios en su establecimiento de la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 25,0% de prestadores de servicio consideran neutral satisfacer las expectativas de los turistas • El 18,8% de prestadores de servicio consideran importante satisfacer las expectativas de los turistas. • El 56,3% restante de prestadores de servicio consideran muy importante satisfacer las expectativas de los turistas
4	¿Considera importante lograr una excelente percepción de los turistas con respecto al servicio recibido en su establecimiento de la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de prestadores de servicio consideran poco importante lograr una excelente percepción de los turistas • El 12,5% de prestadores de servicio consideran neutral lograr una excelente percepción de los turistas El 18,8% de prestadores de servicio consideran importante lograr una excelente percepción de los turistas. • El 62,5% restante de prestadores de servicio consideran muy importante lograr una excelente percepción de los turistas
5	¿Considera importante lograr la fidelización de los turistas hacia los servicios prestados en la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 12,5% de prestadores de servicio consideran poco importante lograr la fidelización de los turistas • El 43,8% de prestadores de servicio consideran importante lograr la fidelización de los turistas • El 43,8% restante de prestadores de servicio consideran muy importante lograr la fidelización de los turistas
6	¿Considera importante tener senderos interpretativos en la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de prestadores de servicio consideran poco importante tener un alto nivel de empatía • El 12,5% de prestadores de servicio consideran neutral tener senderos interpretativos • El 25,0% de prestadores de servicio consideran importante tener senderos interpretativos • El 56,3% restante de prestadores de servicio consideran muy importante tener senderos interpretativos
7	¿Considera importante que son necesarias las rutas de acceso a los diferentes atractivos de la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de prestadores de servicio consideran poco importante tener rutas de acceso • El 6,3% de prestadores de servicio consideran neutral tener rutas de acceso • El 12,5% de prestadores de servicio consideran

		importante tener rutas de acceso
		<ul style="list-style-type: none"> • El 75,0% restante de prestadores de servicio consideran muy importante tener rutas de acceso
8	¿Considera importante incorporar infraestructura y medios inclusivos en las diferentes prestaciones de servicios de la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 12,5% de prestadores de servicio consideran que no es importante incorporar infraestructura y medios inclusivos • El 12,5% de prestadores de servicio consideran neutral incorporar infraestructura y medios inclusivos • El 18,8% de prestadores de servicio consideran importante incorporar infraestructura y medios inclusivos • El 56,3% restante de prestadores de servicio consideran muy importante incorporar infraestructura y medios inclusivos
9	¿Considera importante poseer señalética en los atractivos turísticos para un mejor desplazamiento de los turistas en la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 12,5% de prestadores de servicio consideran que no es importante poseer señalética en los atractivos • El 12,5% de prestadores de servicio consideran neutral poseer señalética en los atractivos • El 12,5% de prestadores de servicio consideran importante poseer señalética en los atractivos. • El 62,5% restante de prestadores de servicio consideran muy importante poseer señalética en los atractivos
10	¿Considera importante poseer señalización de los diferentes prestadores de servicio, atractivos turísticos, puntos de información entre otros de la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de prestadores de servicio consideran que no es importante poseer señalética en los atractivos • El 12,5% de prestadores de servicio consideran poco importante poseer señalética en los atractivos • El 6,3% de prestadores de servicio consideran neutral poseer señalética en los atractivos • El 18,8% de prestadores de servicio consideran importante poseer señalética en los atractivos. • El 56,3% restante de prestadores de servicio consideran muy importante poseer señalética en los atractivos
11	¿Considera importante incorporar el servicio de transporte turístico hacia la parroquia San Antonio de Pasa?	<ul style="list-style-type: none"> • El 6,3% de prestadores de servicio consideran poco importante incorporar el servicio de transporte turístico • El 18,8% de prestadores de servicio consideran neutral incorporar el servicio de transporte turístico • El 18,8% de prestadores de servicio consideran

	importante incorporar el servicio de transporte turístico
	<ul style="list-style-type: none"> • El 56,3% restante de prestadores de servicio consideran muy importante incorporar el servicio de transporte turístico.
12	<p>¿Considera importante dar a conocer conjuntamente con sus productos y servicios, los diferentes recursos naturales (miradores naturales, cerros, lagunas) que posee la parroquia San Antonio de Pasa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 18,8% de prestadores de servicio consideran neutral dar a conocer los recursos naturales. • El 12,5% de prestadores de servicio consideran importante dar a conocer los recursos naturales. • El 68,8% restante de prestadores de servicio consideran muy importante dar a conocer los recursos naturales.
13	<p>¿Considera importante dar a conocer conjuntamente con sus productos y servicios, los diferentes recursos culturales (edificaciones, museos, fiestas etc.) que posee la parroquia San Antonio de Pasa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 25,0% de prestadores de servicio consideran neutral dar a conocer los recursos culturales. • El 6,3% de prestadores de servicio consideran importante dar a conocer los recursos culturales. • El 68,8% restante de prestadores de servicio consideran muy importante dar a conocer los recursos culturales.

Fuente: Encuestas realizadas a prestadores de servicios, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

4.2. Prueba de Hipótesis

4.2.1. Hipótesis General

a) **Hi:** Existe relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

Ho: No existe relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

b) α : 0.05 p : <0.05

Coefficiente de correlación: es una medida no paramétrica el coeficiente puede tomar un valor de -1 a 1 (-1 nos señala que es una correlación fuerte y negativa mientras que 1 nos señala que es una correlación fuerte y positiva y por ultimo 0 nos señala que no hay correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Tabla 3. Comprobación de hipótesis general

		Correlaciones	
		Facilidades	Productos Turísticos
Rho de Spearman	Facilidades	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	16
Productos Turísticos	Facilidades	Coefficiente de correlación	,117
		Sig. (bilateral)	,667
		N	16

Fuente: SPSS versión 25

Elaborado: Guerrero, C. 2020

d) **Decisión:** el coeficiente de correlación es 0,117 por lo que es mayor que 0 entonces tiene una correlación positiva baja.

Al analizar la significancia se observa que $Sig=0,667 > 0,05$, no cumple el nivel de significancia, por lo tanto, se rechaza la hipótesis de investigación (Hi) y se acepta la hipótesis nula (Ho). Por lo tanto no existe relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

4.2.2. Hipótesis Específica 1

a) **Hi:** Existe relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

Ho: No existe relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

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

Coefficiente de correlación: es una medida no paramétrica el coeficiente puede tomar un valor de -1 a 1 (-1 nos señala que es una correlación fuerte y negativa mientras que 1 nos señala que es una correlación fuerte y positiva y por ultimo 0 nos señala que no hay correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Tabla 4. Comprobación de hipótesis específica 1

			Correlaciones	
			Equipo. Alojamiento	Productos Turísticos
Rho de Spearman	Equipo. Alojamiento	Coeficiente de correlación	1,000	-,044
		Sig. (bilateral)	.	,871
		N	16	16
	Productos Turísticos	Coeficiente de correlación	-,044	1,000
		Sig. (bilateral)	,871	.
		N	16	16

Fuente: SPSS versión 25

Elaborado: Guerrero, C. 2020

d) **Decisión:** el coeficiente de correlación es -0,44 por lo que es menor que 0 entonces tiene una correlación negativa baja.

Al analizar la significancia se observa que $Sig=0,871 > 0,05$, no cumple el nivel de significancia, por lo tanto, se rechaza la hipótesis de investigación (Hi) y se acepta la hipótesis nula (Ho).

Por lo tanto no existe relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

4.2.3. Hipótesis Específica 2

a) **Hi:** Existe relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

Ho: No existe relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato

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

Coefficiente de correlación: es una medida no paramétrica el coeficiente puede tomar un valor de -1 a 1 (-1 nos señala que es una correlación fuerte y negativa mientras que 1 nos señala que es una correlación fuerte y positiva y por ultimo 0 nos señala que no hay correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Tabla 5. Comprobación de hipótesis específica 2

			Correlaciones	
			Restauración	Productos Turísticos
Rho de Spearman	Restauración	Coeficiente de correlación	1,000	-,032
		Sig. (bilateral)	.	,907
		N	16	16
	Productos Turísticos	Coeficiente de correlación	-,032	1,000
		Sig. (bilateral)	,907	.
		N	16	16

Fuente: SPSS versión 25

Elaborado: Guerrero, C. 2020

d) **Decisión:** el coeficiente de correlación es -0,32 por lo que es menor que 0 entonces tiene una correlación negativa baja.

Al analizar la significancia se observa que $Sig=0,907 > 0,05$, no cumple el nivel de significancia, por lo tanto, se rechaza la hipótesis de investigación (Hi) y se acepta la hipótesis nula (Ho).

Por lo tanto no existe relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

4.2.4. Hipótesis Específica 3

a) **Hi:** Existe relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

Ho: No existe relación entre los servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato

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

Coefficiente de correlación: es una medida no paramétrica el coeficiente puede tomar un valor de -1 a 1 (-1 nos señala que es una correlación fuerte y negativa mientras que 1 nos señala que es una correlación fuerte y positiva y por ultimo 0 nos señala que no hay correlación).

c) Prueba Rho de Spearman

Tabla 6. Comprobación de hipótesis específica 3

			Correlaciones	
			Servicios	Productos Turísticos
Rho de Spearman	Servicios	Coeficiente de correlación	1,000	,104
		Sig. (bilateral)	.	,701
		N	16	16
	Productos Turísticos	Coeficiente de correlación	,104	1,000
		Sig. (bilateral)	,701	.
		N	16	16

Fuente: SPSS versión 25

Elaborado: Guerrero, C. 2020

d) **Decisión:** se observa que el coeficiente de correlación es 0,104 mayor que 0 por lo que existe una correlación positiva baja.

Al analizar la significancia se observa que $sig= 0,701 > 0,05$, y no cumple el nivel de significancia establecido, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis de investigación (H1).

Es decir no existe relación entre servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

4.3. Presentación de los resultados

Al aplicar las encuestas sobre facilidades y productos turísticos se obtuvo información valiosa para la investigación. En la prueba de hipótesis general y específica se utilizó el coeficiente Rho de Sperrman el resultado que se obtuvo fue rechazar la hipótesis investigativa (H_i) y aceptar la hipótesis negativa (H_o). Por este motivo en el resultado de la prueba de hipótesis general se determinó que tiene una correlación positiva baja entre facilidades y productos turísticos y la significancia se comprobó que el nivel de significancia es ($0,667 > 0,05$), no cumple el nivel de significancia, por lo tanto no existe relación entre las facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

Mientras en el resultado de la prueba de hipótesis específica 1 se determinó que tiene una correlación una correlación negativa baja, entre equipamiento de alojamiento y productos turísticos, la significancia se comprobó que el nivel de significancia es ($0,871 > 0,05$), no cumple el nivel de significancia, por lo tanto no existe relación entre el equipamiento de alojamiento y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato. Por otro lado en el resultado de la prueba de hipótesis específica 2 se determinó que tiene una correlación una correlación negativa baja, entre restauración y productos turísticos, la significancia se comprobó que el nivel de significancia es ($0,907 > 0,05$), no cumple el nivel de significancia, por lo tanto no existe relación entre restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato. Finalmente en el resultado de la prueba de hipótesis específica 3 se determinó que tiene una correlación negativa media, entre servicios y productos turísticos, la significancia se comprobó que el nivel de significancia es ($0,450 > 0,05$), no cumple el nivel de

significancia, por lo tanto no existe relación entre servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato.

5. CONCLUSIONES

Se evidencia por medio de los resultados de la investigación que no existe una relación de significancia entre las variables investigativas facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato, a pesar de que las facilidades están inmersas en el producto turístico.

Además, se pudo determinar que el equipamiento de alojamiento no tiene relación con los productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato conforme a los resultados de las encuestas aplicadas a las autoridades y prestadores de servicio de la parroquia.

Por consiguiente, se comprobó que tampoco existe una relación entre la restauración y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato de acuerdo a los resultados de los instrumentos aplicados.

Se establece que no existe una la relación entre servicios y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato, la razón de este resultado fue que se observó el nivel de significancia mayor al establecido.

6. RECOMENDACIONES

Es fundamental que el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Pasa pueda trabajar en conjunto con los prestadores de servicio turístico de la localidad donde se consiga regular su actividad, se establezca un catastro de establecimientos turísticos y se realice un inventario de atractivos para que el visitante tenga una mejor información y mejore la oferta turística de la parroquia.

Además, es esencial que los prestadores de servicio de la localidad identifiquen objetivamente las necesidades del turista, donde reciba una mejor atención e implementen instalaciones acordes a los requerimientos, expectativas de la demanda y elevar la calidad del servicio de la localidad.

Se recomienda aprovechar los diferentes atractivos turísticos existentes en la localidad con la creación de proyectos, planes y diseño de productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa para el desarrollo del sector turístico.

La información generada en el presente trabajo se convierte en una fuente bibliográfica para futuras investigaciones que sean requeridas y ayude a que las nuevas generaciones tengan un nuevo conocimiento, es necesario ampliar estudios referentes a facilidades y productos turísticos tanto local como nacional.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agualongo, K. (2019). *Productos turísticos y oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua*. Riobamba.
- Ahnlund, C., Brebbia, C., & Pineda, F. (2010). *Tourism strategy at swedish transport administration*. England.
- Amaiquema, L. (2015). *Recursos turísticos*. Machala.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. (1993). *A Dynamic Process Model of Service*.
- Boullón, R. (1985). *Planificación de espacio turístico*. México. .
- Caldera, N., Cuberos, R., Cestary, J., & Camacaro, L. (2000). *Sistema de información geográfica turística para la planificación del turismo del estado Zulia*. Maracaibo.
- Cárdenas, F. (2004). *Aplicación práctica de la estadística y del muestreo para su diseño*. México.
- Cárdenas, F. (2006). *Proyectos turísticos: localización e inversión*. México.
- Castrillón, J. (2009). *Conceptos generales de economía*. Calí.
- Castro, J. (2016). *Las facilidades turísticas del sector hotelero, y su contribución al turismo inclusivo del cantón Ambato provincia de Tungurahua*. Ambato.
- Chauvie, P. (2015). *Empatía: efectos de los vínculos primarios*. Uruguay.
- Corchero, M. (2008). *La empresa turística: concepto, clases y ordenación; jurídico-administrativa*.
- Corral, Y. (2009). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos*. Caracas: Revistas Ciencias de la Educación.
- Costa, J. (2007). *Señalética Corporativa*. Barcelona.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2005). *Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo*. Valladolid.
- Ekman, P. (1994). *The Nature of Emotion*. New York.
- Escobar, G. (2017). *El turismo sustentable como factor de mitigación de las necesidades básicas insatisfechas de los habitantes de la parroquia de Pasa, cantón Ambato*. Ambato.
- Gallo, J. (2017). *Los recursos naturales y paisajísticos del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua para el desarrollo de nuevos productos turísticos*. Ambato.
- Gobierno del principado de Asturias. (2016). *Estudio sobre las ocupaciones en el sector turismo, hostelería y restauración en el principado de Asturias*. Asturias.
- González, M. (2013). *Manual de turismo para agentes emprendedores de negocios en PYMES*. Madrid.
- Guerra, A. (2014). *Proyecto de investigación de mercado que permita medir el grado de satisfacción de los clientes de Catering*.
- Guerrero, M. A. (2016). *Potencialidad de los recursos turísticos existentes en el tramo Tilulúm - Llangahua, y su relevancia en la generación de un producto turístico en el cantón Ambato*. Ambato.
- Gurría, M. (1991). *Introducción al turismo*. México.
- Hemmington, N. (2007). *From service to experience: understanding and defining the hospitality*.
- Hernández, L. (2014). *Inteligencia emocional y servicio al cliente*. Quetzaltenango.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. México.
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional*. México.

- Instituto de investigaciones turísticas. (1974). *Apuntes para el curso de introducción al Estudio del Turismo*. México.
- Junta de Andalucía. (s.f.). *Calidad de servicios y atención a cliente en hostería*. Andalucía.
- Jurado, A., & Fernández, T. (2014). *Experiencias en turismo accesible en Andalucía y Portugal*. España.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Mexico.
- López, M., Filippetti, V., & Richaud, M. (2014). *Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados*.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona.
- Ludeña, A. (2016). *Turismo y hotelería texto guía*. Loja.
- Maroni, A., Mastroscello, L., & Montefiore, F. (2007). *Efectos de cambios en el tipo de cambio real bilateral en las exportaciones*. Argentina.
- Martín, D., Barroso, C., & Martín, A. (2004). *El valor percibido de un servicio*. . España.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas*. Mexico.
- Melo, A., & Guambi, D. (2004). *Manual de procesos en el área operativa para un empresa*.
- Mintur. (2011). *Manual de señalización turística*. Quito.
- Mintur. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. Quito.
- Mintur. (2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas*. Quito.
- Mogrovejo, A. (2010). *La animación turística y su incidencia en la prestación de servicios turísticos*. Cuenca.
- Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). *Diseños de productos turísticos y sus facilidades*. Sangolquí.
- Oliver, R. (1999). *Whence consumer loyalty*.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Temuco.
- Parra, M. (2011). *Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eco-turístico Quilotoa Chugchilán provincia de Cotopaxi*. Ambato.
- Pavón, C., & Sánchez, M. (2012). *Diseño de productos y servicios turísticos: promoción turística local e información al visitante*. Madrid.
- Quadrini, F. (2012). *Investigación turística*.
- Ramírez, C. (2008). *Calidad total en las empresas turísticas*. Mexico.
- Rodríguez, S., Camero, C., & Gutiérrez, J. (2002). *Lealtad y Valor en la Relación del Consumidor*.
- Sammarchi, M. (2001). *Situación actual del turismo en la Argentina*. Argentina.
- Sanisaca, C. (2012). *Manual operativo de procesos para hoteles*. Cuenca.
- Saravia, M. d., & Muro, M. (2016). *Productos turísticos metodología para su elaboración*. Buenos Aires.
- Sectur. (2005). *Guía para el diseño y operación de senderos interpretativos*. México.
- Setó, D. (2003). *La fidelidad del cliente en el ámbito de los servicios: un análisis de la escala intenciones de comportamiento*. Madrid.
- Simian, M. (2014). *Estudio de accesibilidad de espacios público –privado en la ciudad de Temuco-Chile. Método de valoración de accesibilidad*. Bucaramanga.
- Solis, D. (2007). *Culturas, Identidades y gestión turística*. Cuenca.
- Toapanta, W. (2018). *El potencial turístico de la parroquia Aláquez, como aporte a la generación de productos turísticos para el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi*. Ambato.
- Torres, M. (2015). *La rehabilitación de atractivos naturales y su incidencia en la generación de productos turísticos del cantón Archidona provincia del Napo*. Ambato.
- Valderrama, E. (2015). *Guía para la implementación de senderos interpretativos en áreas rurales*. Duitama.

- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Mar del Plata.
- Villalba, C. (2013). *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades*. Colombia.

8. ANEXOS

Anexo 1.- Propuesta

1. Título de la propuesta

Plan de creación de facilidades turísticas en la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato

2. Introducción

Hoy en día el turismo se ha desarrollado como una fuente económica muy importante a nivel mundial y de igual forma se puede visualizar a nivel nacional, este sector a lo largo de los años se ha logrado ganar poco a poco un espacio consolidándose como una fuente económica importante del país.

En las diferentes parroquias urbanas y rurales a nivel nacional han logrado desarrollar diferentes productos, rutas y circuitos, implementado facilidades acordes a las necesidades del turista.

En la parroquia San Antonio de Pasa se pudo evidenciar por medio del proyecto de investigación que la localidad posee atractivos turísticos naturales y culturales llamativos para los turistas nacionales y extranjeros, a lo largo del tiempo la comunidad no los ha prestado atención, estos no se han sabido aprovechar de una buena manera por lo que se tiene una gran problemática como es la deficiencia de facilidades turísticas

En el sector turístico es de suma importancia poseer facilidades turísticas para el desarrollo del turismo en la localidad, esto nos ayuda a tener una mayor demanda de turistas ofertando productos con todos los servicios y facilidades posibles para el deleite del visitante

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Diseñar un plan de creación de facilidades turísticas para la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato

3.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico del sitio utilizando la matriz FODA y la demanda de turistas que visitan la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato
- Definir la planta turística de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato
- Desarrollar el plan para la creación de facilidades turísticas de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato.

4. Diagnóstico de los diferentes problemas que tienen los atractivos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato

4.1. Delimitación de la parroquia

a) Ubicación Geográfica

La parroquia San Antonio de Pasa se localiza en el sector occidental de la provincia de Tungurahua, a 17 kilómetros de distancia de la cabecera cantonal de Ambato. (Gad parroquial rural de Pasa, 2015)

Ilustración 9. Mapa de ubicación geográfica



Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2015)
Elaborado por: Unidad Técnica de Planificación Territorial

b) Límites:

La parroquia de Pasa se encuentra ubicada en el cantón Ambato y sus límites son:

- **Al Norte:** Parroquia Quisapincha
- **Al Sur:** Parroquias Juan B. Vela y Pilahuín
- **Al Este:** Parroquias Quisapincha y Santa Rosa
- **Al Oeste:** Parroquia San Fernando (Gad parroquial rural de Pasa, 2015)

c) Extensión y división política

La extensión de la parroquia es de 4884 ha, de las cuales 1987 ha corresponden a páramo, su división está constituido en zonas, de estas tenemos 11 poblados que se detallan a continuación:

- **Zona alta rural:** Lirio, Langojín, Tiliví, Siguitag Punguloma, Siguitag Pucaucho, Castillo Cajamarca
- **Zona baja rural:** Cuatro Esquinas, Chillipata, Llullaló, Mogato, Caserío Quindivana
- **Zona urbana:** Centro Parroquial (Gad parroquial rural de Pasa, 2015)

d) Población

La parroquia San Antonio de Pasa tiene una población de 7104 habitantes (Gad parroquial rural de Pasa, 2015)

e) Clima y altitud

La temperatura media anual oscila entre los 13°C, y llega hasta temperaturas máximas de 26 °C y su altitud es de 3115 msnm. (Gad parroquial rural de Pasa, 2015)

4.2. Análisis del contexto, social, político y económico de la parroquia.

a) Análisis FODA

Con la matriz FODA se pudo determinar las diferentes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene la parroquia de Pasa en el ámbito turístico específicamente en los atractivos turísticos, en base a esta herramienta se deriva la construcción del plan de creación de facilidades turísticas de la parroquia.

Cuadro 8. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación geográfica estratégica cercanía a la cabecera cantonal de Ambato.• Frecuentes Ferias Artesanales de productos de la zona.• Sector textil muy competitivo en varios productos artesanales como camisas y tejidos.• Vías de acceso en asfaltadas y en buen estado• Conservación de patrimonio cultural tangible e intangible.• Diversidad biológica de flora y fauna• Incremento de emprendimientos turísticos	<ul style="list-style-type: none">• Escasa infraestructura de facilidades turísticas• Débil gestión en el turismo de la localidad• Insuficiente señalización y señalética en los diferentes atractivos• Ausencia de servicios básicos• Escasos hospedajes• Insuficientes estacionamientos• Escasos servicios complementarios (operadoras de turismo)• Deficientes ventas de artesanías• Deficiente infraestructura turística en los atractivos turísticos• Deficientes senderos turísticos
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Facilidad de financiamiento para la creación de nuevos proyectos turísticos.• Incremento de la demanda turística los fines de semana.• Apoyo de las actuales autoridades del GAD Parroquial al desarrollo del sector turístico local.• Apoyo del GAD Provincial al desarrollo del sector turístico en la parroquia.• Implementación de productos novedosos e innovadores	<ul style="list-style-type: none">• Fenómenos Naturales• Adaptación de nuevas culturas• Crisis económica en el país• Deterioro de atractivos naturales y culturales• Descontrolado incremento de contagios de la actual pandemia COVID19.

Fuente: Diagnostico de la parroquia de Pasa

Elaborado: Guerrero, C. 2020

b) Problemas detectados

Los problemas detectados del turismo local en la visita a los diferentes atractivos turísticos y que se pudo identificar mediante la matriz FODA estos se detallan a continuación:

Cuadro 9. Problemas de las facilidades en los atractivos

PROBLEMAS

Escasa infraestructura de facilidades turísticas en todas sus categorías.
Insuficiente señalización y señalética en los diferentes atractivos
Ausencia de servicios básicos
Escasos hospedajes
Insuficientes estacionamientos
Escasos servicios complementarios (operadoras de turismo)
Deficientes ventas de artesanías
Deficiente infraestructura turística en los atractivos turísticos
Deficientes senderos turísticos

Fuente: Diagnostico de la parroquia de Pasa

Elaborado: Guerrero, C. 2020

4.3. Demanda turística de la parroquia San Antonio de Pasa

a) Demanda de turista existente en la parroquia San Antonio de Pasa

Según investigaciones anteriores la demanda de los diferentes servicios turísticos cercanos a la Parroquia San Antonio de Pasa es la siguiente:

Tabla 7. Demanda de servicios turísticos

Demanda de servicios turísticos					
Complejos	Viernes	Sábado	Domingo	Subtotal	Anual
Aguajan	0	15	40	55	2860
Peñón del Río	30	60	100	190	9880
El portón de Tilulum	20	55	90	165	8580
Total	50	130	230	410	21320

Fuente: (Fonseca, 2012)

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Por lo tanto tenemos en la parroquia de San Antonio de Pasa una demanda de los servicios turísticos cercanos de un total de **21320** visitantes que posiblemente llegan a la parroquia.

b) Perfil del turista

En esta parte de la propuesta se tomó en cuenta a investigaciones anteriores donde se obtuvo información valiosa para detallar qué características tiene el turista que visita la parroquia San Antonio de Pasa en el cuadro se puede visualizar:

Cuadro 10. Perfil del turista

Características	Detalles
Tipo de turista	Local
Género	Hombres y mujeres
Edad	18 a 29 años
Nivel socioeconómico	Medio bajo
Motivo de visita	Vacaciones, comercio
Duración de visita	4 a 6 horas

Fuente: (Escobar, 2017)

Elaborado: Guerrero, C. 2020

c) Demanda turística potencial

La demanda potencial de turistas internos o nacionales que se puede atraer a la parroquia San Antonio de Pasa desde el cantón Ambato es de 4 154 021 visitantes según el portal estadístico GEOVIT esta plataforma cuantifica la demanda interna de turismo, calculado en número de personas por origen y destino. (Dirección de Inteligencia de Mercados; Ministerio de Turismo, 2018)

5. Definición de la planta turística de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato

a) Identificación de servicios turísticos de la parroquia

La presente investigación permitió la identificación de 39 prestadores de servicios turísticos de la parroquia de San Antonio de Pasa, estos están reconocidos y catastrados por el GAD parroquial de Pasa.

Cuadro 11, Prestadores de servicio

N°	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCIÓN
1	Alojamiento	La Posada de Mamá Lida	No registrado	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y Jara
2	Alojamiento	La Cueva del Tío Lobo	Fernando Dávalos	Jara entre Rafael Arias y Juan Espín
3	Complejo Turístico	Pesca Deportiva Aguaján	Javier Paredes	Vía Pasa Km 9
4	Complejo Turístico	Complejo Recreacional Aguaján	Verónica Guevara (Responsable)	Vía Pasa Km 10
5	Restaurante	No registrado	Angélica Chalco De La Cruz	Joaquín Calvache y Rafael Arias
6	Restaurante	Aroma Restaurante Cafetería	Adriana Ocaña	Joaquín Calvache entre Jara y Antonio José Tobar
7	Restaurante	Bar Restaurante El Carretal	Fátima Sánchez	Joaquín Calvache y Segundo Espín
8	Restaurante	La Posada de Mamá Lida	No registrado	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y Jara
9	Restaurante	No registrado	Lida Isabel Medina	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y

10	Restaurante	Dannos Bar Restaurant	Amparito Vinuesa	Jara Jara y Rafael Arias
11	Restaurante	La Cueva del Tío Lobo	Fernando Dávalos	Jara entre Rafael Arias y Juan Espín
12	Confección de camisas	ESPATY	Edwin Leónidas Ocaña Chipantiza	Rafael Arias y Jara
13	Confección de camisas	Asociación Artesanal San Antonio de Pasa	José Fernández	Antonio José Tobar y Jara
14	Confección de camisas	Asociación Artesanal Kasahuala	Juan Ulloa	Antonio José Tobar entre Joaquín Calvache y Jara
15	Confección de camisas	No registrado	Nicolás Guano	Guangusig Bajo
16	Confección de camisas	No registrado	Juan Carlos Olovacha	Guangusig El Mirador
17	Confección de camisas	No registrado	Medardo Flores	Sector La Playa
18	Confección de vestidos y pantalones	No registrado	Wilma Toalombo	Antonio José Tobar y Oriente
19	Confección de camisas	No registrado	Sergio Rodríguez	Rafael Arias y Joaquín Calvache
20	Confección de camisas	No registrado	Edwin Orellana	Joaquín Calvache e Ignacio Del Salto
21	Confección de camisas	No registrado	Enrique Laguna	Chillipata
22	Confección de jean's	No registrado	Juan Carlos Guamán	Chillipata
23	Confección de camisas	No registrado	Julio Pilliza	Chillipata
24	Confección de camisas	No registrado	Sonia Laguna	Chillipata
25	Confección de camisas	No registrado	Juan Chamba	Chillipata
26	Confección de camisetas	No registrado	Héctor Quilligana	Balcón Paseño
27	Esteras, abanicos, canastas	No registrado	José Manuel Chango Laguna	Tiliví
28	Sombreros de cuero	No registrado	Darwin Jácome	Quindivana
29	Pelotas	No registrado	Luis Alberto Parra	Quindivana
30	Sombreros, monederos y otros (Paja blanca)	No registrado	Blas Chasug	Cuatro Esquinas
31	Cartucheras	No registrado	Juan Chérrez	Sigüitag Pucaucho
32	Zapatos	No registrado	Mario Pérez	Pasa Centro
33	Escancias- perfumes	No registrado	Alberto Vivas	Llullaló
34	Café de haba	No registrado	Jorge Chagmana	Llullaló

35	Carpintería	Mueblería J&I	José Luis Punina	Joaquín Calvache y Juan Espín
36	Shigras, tejidos	No registrado	Zoila Tenelema	Castillo Cajamarca
37	Maquila camisas	No registrado	Carlos Pérez	Rafael Arias y Sabina Alarcón
38	Maquila camisas	No registrado	Carmen Jácome	Sabina Alarcón y Juan Espín
39	Maquila camisas	No registrado	Héctor Ocaña	Juan Espín y Aquilino Fernández

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

b) Identificación de los atractivos turísticos de la parroquia

La parroquia de Pasa posee muchos atractivos turísticos como naturales y culturales los mismos que aún se encuentran en proceso de registro por parte del GAD parroquial de Pasa.

En el siguiente cuadro resumen se detallan los diferentes atractivos que posee la parroquia:

Cuadro 12. Cuadro resumen de los atractivos de la parroquia

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
Iglesia de San Antonio de Pasa	Atractivos culturales	Arquitectura	Histórica/Vernácula
Museo	Atractivos culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural
Cerro Miraloma	Atractivos naturales	Montañas	Baja montaña
Cerro Llillagua	Atractivos naturales	Montañas	Baja montaña
Laguna de Larcapamba	Atractivos naturales	Ambientes lacustres	Laguna
Ciénegas con plantas de totora	Atractivos naturales	Ambientes lacustres	Pantano
Cascada de Ponduku	Atractivos naturales	Ríos	Cascada
Laguna de Siquibulo	Atractivos naturales	Ambientes lacustres	Laguna
Bosques nativos (Bosque de Polylepis)	Atractivos naturales	Bosques	Páramo
Aguas minerales	Atractivos naturales	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral
Cerro Casahuala	Atractivos naturales	Montañas	Media montaña

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Los atractivos que se encuentran en esta matriz son los más representativos de la localidad y los que se encuentran en proceso de registro, además de estos existen otros atractivos turísticos que aún se desconoce la información.

c) Fichas de atractivos turísticos

En las presentes fichas se detallan los atractivos turísticos que forman parte del plan para creación de facilidades turísticas de la parroquia

Cuadro 13. Atractivo turístico (Iglesia)

Ficha N° 1

Información del atractivo

Nombre del atractivo

Iglesia de San Antonio de Pasa

Categoría

Atractivos culturales

Tipo

Arquitectura

Subtipo

Histórica/Vernácula

Jerarquía

Por registrar

Descripción

La iglesia de la parroquia Pasa tiene el nombre por el patrono de esta el cual se le denomina como San Antonio, la iglesia tiene una arquitectura tipo colonial construida a base de piedra tallada, está ubicada en el centro de la parroquia frente del parque central, se encuentra en las calles Jara entre Rafael Arias y Antonio José Tobar

Fotografía



Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 14. Atractivo turístico (Museo)

Ficha N° 2

Información del atractivo

Nombre del atractivo

Museo de Pasa

Categoría

Atractivos culturales

Tipo

Arquitectura

Subtipo

Infraestructura Cultural

Jerarquía

Por registrar

Descripción

El museo tiene una colección de herramientas, utensilios y algunos materiales que datan aproximadamente más de 100 años de existencia, este está ubicado en el centro de la parroquia de Pasa en las calles Aquilino Fernández y Rafael Arias.

Fotografía



Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 15. Atractivo turístico (Mirador)

Ficha N° 3

Información del atractivo**Nombre del atractivo**

Cerro Miraloma

Categoría

Atractivos naturales

Tipo

Montañas

Subtipo

Baja montaña

Jerarquía

Por registrar

Descripción

El cerro Miraloma o llamado por los comuneros “el mirador”, en este atractivo existe un hito militar en donde en épocas de conflictos armados los militares implementaron sus campamentos en este cerro para poder observar a sus adversarios, está ubicado en la comunidad de Castillo.

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)**Elaborado por:** Guerrero, C. 2020

Cuadro 16. Atractivo turístico (Cerro Llillagua)

Ficha N° 4

Información del atractivo**Nombre del atractivo**

Cerro Llillagua

Categoría

Atractivos naturales

Tipo

Montañas

Subtipo

Baja montaña

Jerarquía

Por registrar

Descripción

El cerro Llillagua es un mirador donde se puede visualizar los páramos comunales, el centro parroquial y varias comunidades de la parroquia, este atractivo está ubicado en la comunidad de Tiliví

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)**Elaborado por:** Guerrero, C. 2020

Cuadro 17. Atractivo turístico (Laguna de Larcapamba)

Ficha N° 5

Información del atractivo**Nombre del atractivo**

Laguna de Larcapamba

Categoría

Atractivos naturales

Tipo

Ambientes lacustres

Subtipo

Laguna

Jerarquía

Por registrar

Descripción

La laguna de Larcapamba es una laguna artificial que se encuentra en el centro de la comunidad de Tiliví, en esta laguna se puede realizar paseos en canoa pero no se sabido aprovechar de una buena manera.

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)**Elaborado por:** Guerrero, C. 2020

Cuadro 18. Atractivo turístico (Ciénega)

Ficha N° 6

Información del atractivo**Nombre del atractivo**

Ciénegas con plantas de totora

Categoría

Atractivos naturales

Tipo

Ambientes lacustres

Subtipo

Pantano

Jerarquía

Por registrar

Descripción

Las ciénegas son humedales donde se produce la totora que es la materia prima para la confección de artículos de totora como esteras, abanicos, cestas, canastos entre otros tejidos, estas está ubicado en la comunidad de Tiliví

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)**Elaborado por:** Guerrero, C. 2020

Cuadro 19. Atractivos turísticos (Cascada de Ponduku)

Ficha N° 7

Información del atractivo

Nombre del atractivo	Cascada de Ponduku
Categoría	Atractivos naturales
Tipo	Ríos
Subtipo	Cascada
Jerarquía	Por registrar

Descripción

La cascada de Ponduku es artificial creada hace muchos años atrás, es considerada como un lugar de ritual indígena, este atractivo se encuentra ubicado en tierras comunales cercano a los páramos de la parroquia de Pasa

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 20. Atractivo turístico (Laguna de Siquibulo)

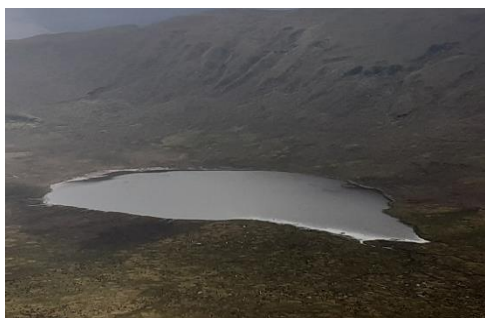
Ficha N° 8

Información del atractivo

Nombre del atractivo	Laguna de Siquibulo
Categoría	Atractivos naturales
Tipo	Ambientes lacustres
Subtipo	Laguna
Jerarquía	Por registrar

Descripción

La laguna de Siquibulo se encuentra a 4000 msnm en medio del páramo de la localidad, esta laguna.

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 21. Atractivos turísticos (Bosques nativos)

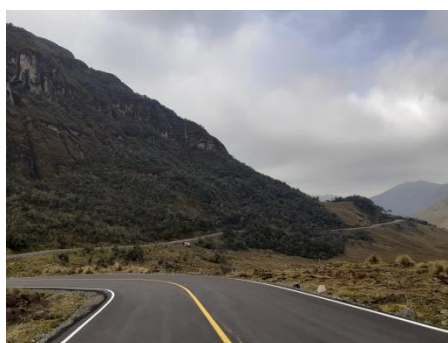
Ficha N° 9

Información del atractivo

Nombre del atractivo	Bosques nativos (Bosque de Polylepis)
Categoría	Atractivos naturales
Tipo	Bosques
Subtipo	Páramo
Jerarquía	Por registrar

Descripción

En la parroquia de Pasa cerca al cerro Casahuala existen bosques de árboles de papel conocido con el nombre científico Polylepis, se le denomina por los comuneros como yungal, además de este árbol existen otras especies nativas como el pumamaqui y el pinguil, estas especies están en los páramos comunales

Fotografía

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)**Elaborado por:** Guerrero, C. 2020

Cuadro 22. Atractivo turístico (Aguas minerales)

Ficha N° 10

Información del atractivo

Nombre del atractivo	Aguas minerales
Categoría	Atractivos naturales
Tipo	Aguas subterráneas
Subtipo	Manantial de agua mineral
Jerarquía	Por registrar

Descripción

Las aguas minerales con propiedades medicinales y nutricionales conocidas como agua de güitig están ubicadas cerca al cerro Casahuala en los páramos comunales de la localidad

Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)**Elaborado por:** Guerrero, C. 2020

Ficha N° 11

Información del atractivo

Nombre del atractivo	Cerro Casahuala
Categoría	Atractivos naturales
Tipo	Montañas
Subtipo	Media montaña
Jerarquía	Por registrar

Descripción

Este cerro es una montaña alta de 4465 msnm, este nombre se le dio por la gente de la localidad por una planta existente en el lugar llamada la planta de casahuala, este atractivo es propicio para hacer montañismo y camping

Fotografía



Fuente: GAD parroquial de Pasa, (2020)

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

6. Plan para la creación de facilidades turísticas de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato.

a) Objetivo del Plan

Superar los problemas registrados en los diferentes atractivos turísticos para la atracción de una nueva demanda de la parroquia San Antonio de Pasa.

b) Facilidades a implementar

A continuación se da a consideración la propuesta de implementación a realizar de las diferentes facilidades en los diferentes atractivos turísticos de la parroquia.

Cuadro 24. Facilidades a implementar

Atractivo turístico	Facilidad a Implementar	Objetivos de la implementación	Actividades para la implementación
Iglesia de San Antonio de Pasa	Creación de facilidades de apoyo a la gestión turística (centro de información)	Facilitar información a los turistas de los atractivos turísticos de la parroquia	Buscar el punto exacto en donde se implementara Planos y diseño del centro de información Búsqueda de los recursos y elaboración
Cerro Miraloma	Creación de facilidades de observación y vigilancia (mirador)	Proveer al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial. Estudio y análisis de la dimensión de la infraestructura del mirador Búsqueda de los recursos y elaboración
Cerro Llillagua	Creación de facilidades de observación y vigilancia (mirador)	Proporcionar al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial. Estudio y análisis de la dimensión de la infraestructura del mirador Búsqueda de los

Laguna de Larcapamba	Creación de facilidades de recorrido y descanso (sendero)	Fomentar el cuidado de los atractivos turísticos por parte de los visitantes y de la población local	recursos y elaboración Estudio y análisis para la implementación del sendero Apoyo económico por parte del Gad parroquial
Ciénegas con plantas de totora	Creación de facilidades de apoyo a la gestión turística (centro de interpretación)	Preservar el patrimonio cultural de la localidad y promover un pensamiento crítico en el visitante	Dialogo con los moradores del lugar Diseño y creación de planos. Búsqueda de recursos económicos
Cascada de Ponduku	Creación de facilidades de recorrido y descanso (sendero)	Fomentar el cuidado de los atractivos turísticos por parte de los visitantes y de la población local	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial. Estudio y análisis para la implementación de los senderos Apoyo económico por parte del Gad parroquial
Laguna de Siquibulo	Creación de facilidades de recorrido y descanso (sendero)	Fomentar el cuidado de los atractivos turísticos por parte de los visitantes y de la población local	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial. Estudio y análisis para la implementación de los senderos Apoyo económico por parte del Gad parroquial
Bosque nativo (Bosque de polylepis)	Creación de facilidades de servicio (estacionamiento)	Proporcionar seguridad y comodidad de los turistas con sus vehículos	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial. Estudio y análisis del punto donde se creara Diseño y creación de planos Búsqueda de recursos económicos
	Implementación facilidades de servicio (baterías sanitarias)	Facilitar un mayor confort a los turistas y mantener las medidas	Estudio y análisis del punto de creación de las baterías

		de higiene del sector	Diseño y creación de planos Búsqueda de recursos económicos
Cerro Casahuala	Creación de facilidades de recorrido y descanso (estaciones de sombra y descanso)	Cuidar la integridad de los visitantes.	Estudio y análisis del punto de creación Diseño y creación de planos Búsqueda de recursos económicos

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

6.1. Descripción de los proyectos del plan de creación de facilidades turísticas de la parroquia San Antonio de Pasa, cantón Ambato.

A continuación en los diferentes proyectos se detallaran de una forma más amplia todos los parámetros a considerar.

Cuadro 25. Centro de información

Proyecto N°1 Creación de un centro de información

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El centro de información estará localizado a lado de la iglesia de la parroquia por lo que es un punto central para los habitantes y turistas que llegan al lugar, además facilitara información a los turistas de los atractivos turísticos de la parroquia	La localización del centro de información estará ubicado en el centro de la parroquia San Antonio de Pasa a lado de la iglesia de la parroquia.	Realización de un convenio con la curia donde se deje implementar el centro de información en sus instalaciones. Diseño de planos Búsqueda de recursos y fuentes de financiamiento Realización del centro de información
Presupuesto aproximado	25 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	6 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Proyecto N°2 Creación de un mirador en el Cerro Miraloma

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El mirador proveerá al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar además dará seguridad ya que se contara con barandas de seguridad para precautelar la vida de los visitantes	La localización del mirador estará ubicado en el cerro Miraloma en la comunidad de Castillo	Realización de Convenios con los propietarios de las tierras de ese lugar y el Gad parroquial. Estudio y análisis de la dimensión de la infraestructura del mirador Diseño y elaboración de planos Búsqueda de los recursos económicos y financieros Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	20 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	6 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 27. Mirador Llillagua

Proyecto N°3 Creación de un mirador en el Cerro Llillagua

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El mirador proveerá al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar además dará seguridad ya que contará con barandas de seguridad para precautelar la vida de los visitantes Proporcionar al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar.	La localización del mirador estará ubicado en el cerro Llillagua en la comunidad de Tiliví.	Realización de Convenios con los propietarios de las tierras de ese lugar y el Gad parroquial. Estudio y análisis de la dimensión de la infraestructura del mirador Diseño y elaboración de planos Búsqueda de los recursos económicos y financieros. Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	20 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	6 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 28. Sendero laguna Larcapamba

Proyecto N°4 Creación de un sendero en la laguna de Larcapamba

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El sendero proporcionara al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar mediante la obtención de información de la flora y fauna del sector e historia entre otras informaciones	La localización de la laguna Larcapamba está ubicada en el centro del poblado en la comunidad de Tiliví	Estudio y análisis para la implementación del sendero Apoyo económico por parte del Gad parroquial Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	10 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	2 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 29. Centro de interpretación Ciénegas**Proyecto N°5 Creación de un centro de interpretación junto a las Ciénegas con plantas de totora**

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El centro interpretativo preservara el patrimonio cultural de la localidad y promoverá un pensamiento crítico en el visitante de las diferentes costumbres, tejidos con la planta de totora que se realizan en el sector y además se fortalecerá la conservación de la cultura de la comunidad	La localización del centro interpretativo estará ubicado al lado de las Ciénegas con plantas de totora, la ubicación de las Ciénegas están en el centro del poblado en la comunidad de Tiliví	Dialogo con los moradores del lugar e implantar un convenio para la realización del centro interpretativo Diseño y creación de planos. Búsqueda de recursos económicos Construcción del centro interpretativo con materiales acordes a la zona
Presupuesto aproximado	45 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	6 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 30. Sendero cascada Ponduku**Proyecto N°6 Creación de un sendero en la cascada de Ponduku**

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El sendero proporcionara al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar mediante la obtención de información de la flora y fauna del sector e historia entre otra información, fomentando el cuidado de los atractivos turísticos por parte de los visitantes y de la población local.	La localización de la cascada encuentra ubicado en tierras comunales cercano a los páramos de la parroquia de Pasa	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial. Estudio y análisis para la implementación del sendero Apoyo económico por parte del Gad parroquial Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	10 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	3 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 31. Sendero laguna Siquibulo**Proyecto N°7 Creación de un sendero en la laguna de Siquibulo**

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El sendero proporcionara al turista una mejor perspectiva y experiencia del lugar mediante la obtención de información de la flora y fauna del sector e historia entre otra información, fomentando el cuidado de los atractivos turísticos por parte de los visitantes y de la población local.	La laguna de Siquibulo se encuentra a 4000 msnm en medio del páramo de la localidad, esta laguna.	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial para poder llegar a la laguna. Estudio y análisis para la implementación del sendero Apoyo económico por parte del Gad parroquial Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	10 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	2 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 32. Estacionamiento en el bosque nativo**Proyecto N°8 Creación de un estacionamiento en el Bosque nativo (Bosque de polylepis)**

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
El estacionamiento proporcionara seguridad y comodidad de los turistas con sus vehículos para una mejor deleite y satisfacción de visita de los atractivos turístico.	El estacionamiento estará ubicado junto al bosque de polylepis ya que este está localizado en la vía principal cercana al cerro casahuala en medio del páramo de la localidad.	Convenios con los propietarios de las tierras y el Gad parroquial para la creación del estacionamiento en el lugar. Estudio y análisis para la implementación del estacionamiento Buscar fuentes económicas y de financiamiento Elaboración de la facilidad
Presupuesto aproximado	20 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	3 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 33. Baterías sanitarias en el bosque nativo

Proyecto N°9 Implementación de baterías sanitarias en el Bosque nativo (Bosque de polylepis)

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
Las baterías sanitarias facilitarán un mayor confort a los turistas y además se mantendrá las medidas de higiene del sector promoviendo la conservación de las especies del sitio.	Las baterías sanitarias estarán ubicadas cerca al estacionamiento junto al bosque de polylepis, él mismo que se encuentra en la vía principal próxima al cerro casahuala en medio del páramo de la localidad.	Tener la facilidad turística del estacionamiento en el bosque polylepis Diseño y creación de los planos para la implementación de las baterías sanitarias Buscar fuentes económicas y de financiamiento Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	10 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	2 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

Cuadro 34. Estaciones de sombra y descanso en el Casahuala

Proyecto N°10 Creación de estaciones de sombra y descanso en el Cerro Casahuala

Descripción	Localización	Actividades del proyecto
La estación de sombra y descanso servirá para cuidar la integridad de los visitantes donde puedan tener un sitio de descanso para que siga con su visita en el atractivo.	La estación de sombra y descanso se encontrarán en la entrada del cerro casahuala estará localizada en las faldas del cerro medio del páramo de la localidad.	Convenio y conservatorio con los propietarios de esta zona conjuntamente con el Gad parroquial de Pasa Estudio y análisis de los diferentes puntos donde implementar las facilidades. Diseño y creación de los planos para la implementación de estaciones de descanso Buscar fuentes económicas y de financiamiento Elaboración de la facilidad con materiales sustentables y sostenibles acordes al lugar
Presupuesto aproximado	20 000\$	
Tiempo aproximado del proyecto	3 meses	

Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

7. Cuadro resumen de los proyectos del plan de facilidades turísticas de la parroquia San Antonio de Pasa

En el siguiente cuadro se detallan todos los proyectos que se pueden implementar en la parroquia San Antonio de Pasa

Cuadro 35 Resumen de proyectos

N°	Proyecto	Presupuesto aproximado	Tiempo Aproximado en meses						
			1	2	3	4	5	6	
1	Creación de un centro de información	25 000\$							
2	Creación de un mirador en el Cerro Miraloma	20 000\$							
3	Creación de un mirador en el Cerro Lillagua	20 000\$							
4	Creación de un sendero en la laguna de Larcapamba	10 000\$							
5	Creación de un centro de interpretación junto a las Ciénegas con plantas de totora	45 000\$							
6	Creación de un sendero en la cascada de Ponduku	10 000\$							
7	Creación de un sendero en la laguna de Siquibulo	10 000\$							
8	Creación de un estacionamiento en el Bosque nativo (Bosque de polylepis)	20 000\$							
9	Implementación de baterías sanitarias en el Bosque nativo (Bosque de polylepis)	10 000\$							
10	Creación de estaciones de sombra y descanso en el Cerro Casahuala	20 000\$							

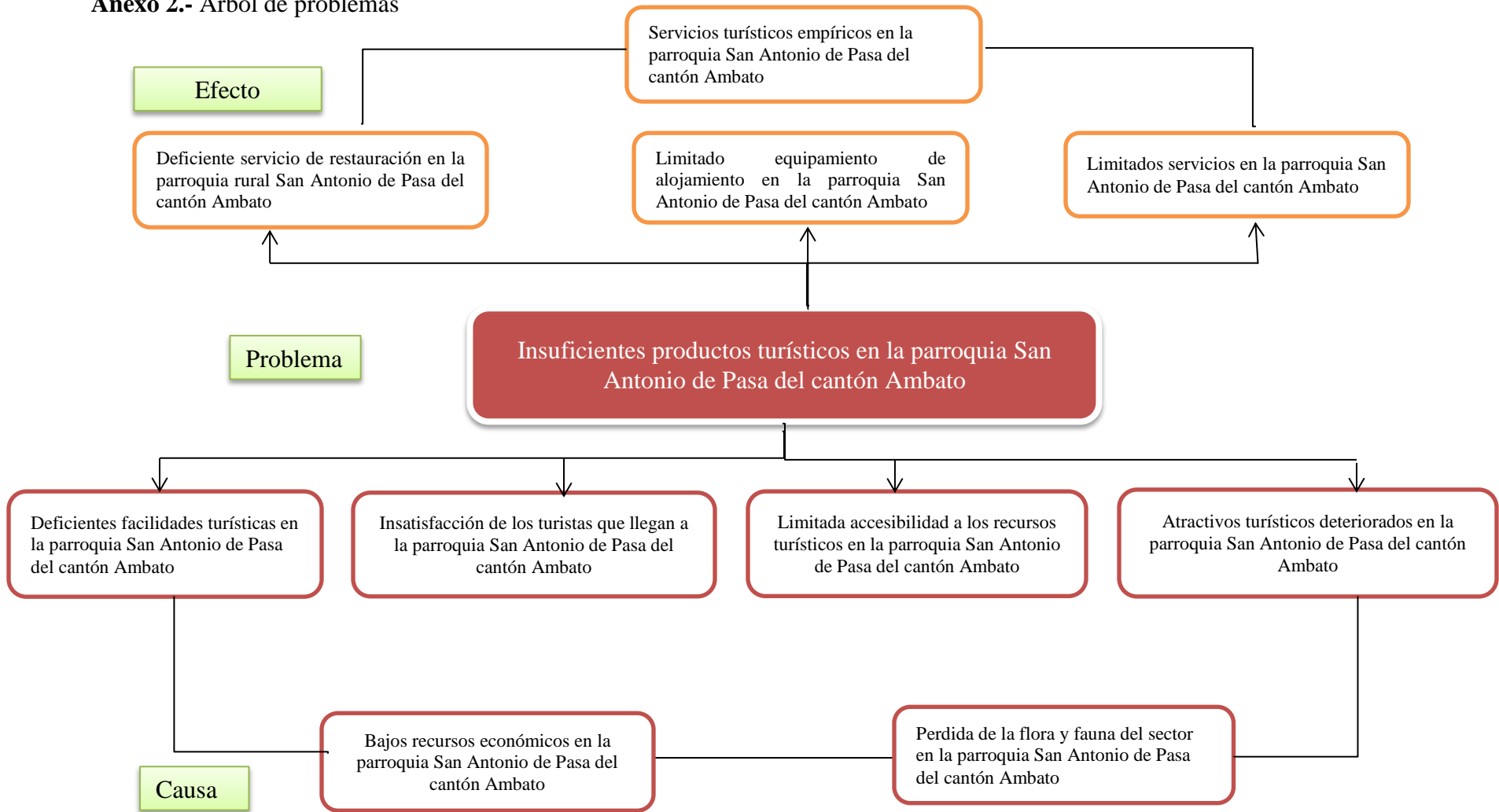
Fuente: Propia

Elaborado por: Guerrero, C. 2020

8. Conclusiones

- En el diagnóstico turístico se identificó los diferentes problemas que poseen los atractivos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa, entre los más importantes se pudieron determinar el escaso apoyo por parte de las autoridades, deficiencia de facilidades turísticas y deterioro de los atractivos turísticos, esto se pudo establecer aplicando la matriz FODA donde se determinó fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los sitios de la parroquia.
- En la parroquia San Antonio de Pasa se identifican atractivos turísticos naturales y culturales relevantes, una planta turística como alojamientos, servicios de alimentos y talleres artesanales, elementos imprescindibles que permiten generar un desarrollo turístico a largo plazo.
- El diseño del plan para la creación de facilidades turísticas de la parroquia San Antonio de Pasa, se convierte en el inicio de la selección y descripción de diferentes proyectos físicos que generan una satisfactoria percepción en el turista, a su vez apoyan a la gestión y competitividad turística local.

Anexo 2.- Árbol de problemas



Anexo 3.- Encuesta Variable Independiente: Facilidades turísticas



**Encuesta para Autoridades del GAD Parroquial
San Antonio de Pasa**

Encuestador(es):

Formulario.....

Ciudad:

Fecha de encuesta:

Objetivo de la encuesta:

- ◇ El presente instrumento de evaluación tiene como objetivo la búsqueda de datos referente al proyecto de investigación titulado: “Facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato”

Instrucciones:					
<ul style="list-style-type: none"> Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos en ella son estrictamente confidenciales. Por favor contestar con toda sinceridad Lea detenidamente y responda según su criterio los siguientes enunciados, teniendo en cuenta la sucesiva valoración: 					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">1 = Nada Importante</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">2 = Poco Importante</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">3 = Medianamente Importante</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">4 = Importante</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">5 = Muy Importante</td></tr> </table>	1 = Nada Importante	2 = Poco Importante	3 = Medianamente Importante	4 = Importante	5 = Muy Importante
1 = Nada Importante					
2 = Poco Importante					
3 = Medianamente Importante					
4 = Importante					
5 = Muy Importante					

Información General

Marque con una (X)

Género	M		F			
Edad:					Nivel de Instrucción:	
Rango	Marque con una x				Nivel de Estudios	Marque con una x
18 a 28					Primaria	
29 a 39					Secundaria	
40 a 50					Técnico/tecnológico	
51 a 60					Tercer nivel	
61 a 70					Cuarto nivel	
71 a 80					Otros	

Información Específica

1 = Nada Importante 2 = Poco Importante 3 = Medianamente Importante 4 = Importante 5 = Muy Importante					
Indicador	Rango				
<u>Equipamiento de alojamiento</u>	1	2	3	4	5
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa se implemente la actividad económica del servicio de alojamiento?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa se regule la prestación de servicios turísticos?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa los prestadores de servicio tengan instalaciones acordes a los servicios prestados?					
¿Considera importante que en la parroquia de San Antonio de Pasa los prestadores de servicio proporcionen un adecuado servicio de hospitalidad que aporte a la satisfacción del turista?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan facilidades turísticas de observación y vigilancia (Miradores, Torres de avistamiento de aves) para mejorar la experiencia del turista en el entorno natural?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan instalaciones de recorrido y descanso (centros de interpretación, puntos de información, centro de facilitación turística) para el bienestar del turista?					
<u>Restauración</u>					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios de alimentos y bebidas para la deleite del turista?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan señalización y señalética gastronómica para la satisfacción del turista?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa exista el servicio de catering para la satisfacción del turista?					
<u>Servicios</u>					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios de apoyo a la gestión turística como (Puntos de información, ITUR, MINTUR, otros) para prestarles información a los visitantes?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan facilidades turísticas de servicio (baterías sanitarias, estacionamientos) para suplir las necesidades de turista?					
¿Considera importante que son necesarias facilidades inclusivas en los diferentes atractivos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan fuentes de comunicación acordes para la promoción de los atractivos turísticos?					
¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa exista el servicio de intermediación (operadoras, Agencias de viaje) para incrementar la demanda turística?					
¿Considera importante que la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios complementarios (centros de salud, retén policial, mercados, sistema bancarios entre otros) para la comodidad del turista?					

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 4.- Encuesta Variable Dependiente: Producto turístico



Encuesta para prestadores de servicio de la parroquia San Antonio de Pasa

Encuestador(es):

Formulario.....

Ciudad:

Fecha de encuesta:

Objetivo de la encuesta:

- El presente instrumento de evaluación tiene como objetivo la búsqueda de datos referente al proyecto de investigación titulado: “Facilidades y productos turísticos en la parroquia San Antonio de Pasa del cantón Ambato”

Instrucciones:

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos en ella son estrictamente confidenciales.
- Contestar con toda sinceridad
- Lea detenidamente y responda según su criterio los siguientes enunciados, teniendo en cuenta la sucesiva valoración:

1 = No es importante

2 = Poco Importante

3 = Neutral

4 = Importante

5 = Muy Importante

Información General

Marque con una (X)

Género	M		F	
Edad:				Nivel de Instrucción:
Rango	Marque con una x		Nivel de Estudios	Marque con una x
18 a 28			Primaria	
29 a 39			Secundaria	
40 a 50			Técnico/tecnológico	
51 a 60			Tercer nivel	
61 a 70			Cuarto nivel	
71 a 80			Otros	

Información Específica

1 = No es importante 2 = Poco Importante 3 = Neutral 4 = Importante 5 = Muy Importante					
Indicador	Rango				
<u>Satisfacción al cliente</u>	1	2	3	4	5
¿Considera importante que los servicios proporcionados por los prestadores de servicio en la parroquia San Antonio de Pasa son acordes a las necesidades de los turistas?					
¿Considera importante que al prestar un servicio turístico en la parroquia San Antonio de Pasa es necesario tener un alto nivel de empatía para satisfacer al turista?					
¿Considera importante satisfacer las expectativas de los turistas con una adecuada prestación de servicios en su establecimiento de la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante lograr una excelente percepción de los turistas con respecto al servicio recibido en su establecimiento de la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante lograr la fidelización de los turistas hacia los servicios prestados en la parroquia San Antonio de Pasa?					
<u>Accesibilidad</u>					
¿Considera importante tener senderos interpretativos en la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante que son necesarias las rutas de acceso a los diferentes atractivos de la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante incorporar infraestructura y medios inclusivos en las diferentes prestaciones de servicios de la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante poseer señalética en los atractivos turísticos para un mejor desplazamiento de los turistas en la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante poseer señalización de los diferentes prestadores de servicio, atractivos turísticos, puntos de información entre otros de la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante incorporar el servicio de transporte turístico hacia la parroquia San Antonio de Pasa?					
<u>Atractivos Turísticos</u>					
¿Considera importante dar a conocer conjuntamente con sus productos y servicios, los diferentes recursos naturales (miradores naturales, cerros, lagunas) que posee la parroquia San Antonio de Pasa?					
¿Considera importante dar a conocer conjuntamente con sus productos y servicios, los diferentes recursos culturales (edificaciones, museos, fiestas etc.) que posee la parroquia San Antonio de Pasa?					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

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

Facilidades



**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 ESPECIALISTA: Danilo Paúl Quintana Puga

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Facilidades**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
	Total			

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 ESPECIALISTA: Renato Hernán Herrera Chávez

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Facilidades**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	Total	11		

Sugerencias:.....
.....

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 ESPECIALISTA: Henry Mauricio Villa Yáñez

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Facilidades**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	Total	11		

Sugerencias:.....
.....

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 Especialista: Víctor Medardo Velasco Samaniego

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Facilidades**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	Total	11		

Sugerencias: Continuar con el trámite

Firma del experto

VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO

Firmado digitalmente
por VICTOR MEDARDO
VELASCO SAMANIEGO
Fecha: 2020.09.14
17:59:40 -05'00'

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



**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 Especialista: Danilo Paúl Quintana Puga

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo
FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Productos turísticos**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
Total				

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 ESPECIALISTA: Renato Hernán Herrera Chávez

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON
AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Productos turísticos**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	Total	11		

Sugerencias:.....
.....

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 ESPECIALISTA: Henry Mauricio Villa Yáñez

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Productos turísticos**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	Total	11		

Sugerencias:.....
.....

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 ESPECIALISTA: Víctor Medardo Velasco Samaniego

TÍTULO / GRADO:

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

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 13/07/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTON AMBATO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: **Productos turísticos**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "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?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	Total	11		

Sugerencias: Continuar con el trámite

Firma del experto

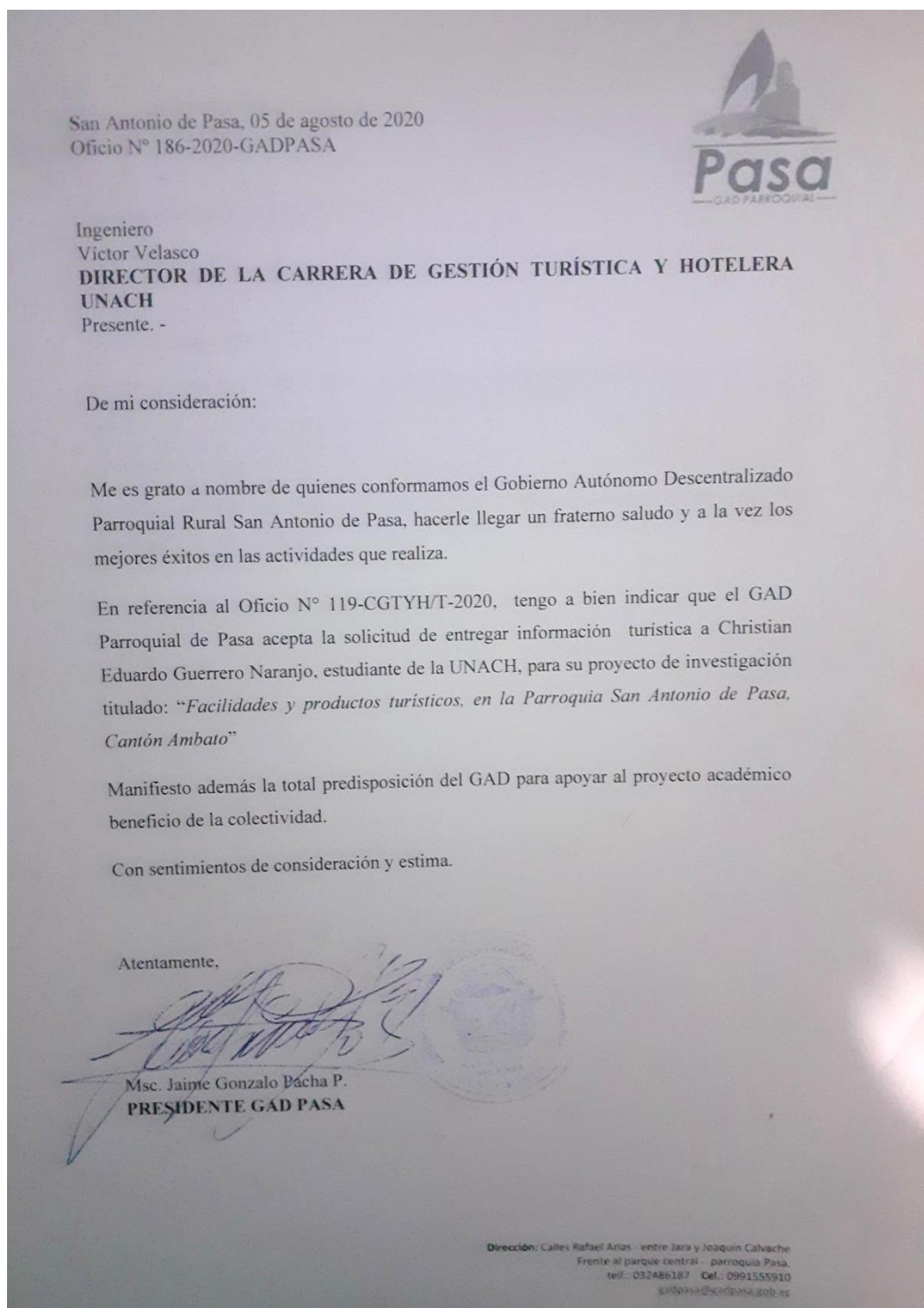
**VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO**

Firmado digitalmente
por VICTOR
MEDARDO VELASCO
SAMANIEGO
Fecha: 2020.09.14
18:01:33 -05'00'

Anexo 7.- Oficio dirigido al GAD parroquial de Pasa



Anexo 8.- Oficio de aceptación del GAD parroquial de Pasa para el desarrollo de la investigación



Anexo 9.- Cronograma del trabajo de investigación



DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.10

PLANIFICACION DE TUTORÍAS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

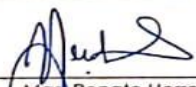
Facultad: Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera: Gestión Turística y Hotelera
Período académico: Mayo - octubre 2020
Título del proyecto de investigación: "FACILIDADES Y PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE PASA, CANTÓN AMBATO"

Tutor: Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
Estudiante: Christian Eduardo Guerrero Naranjo
Cédula/Pasaporte: 180458292-0

Estado de Titulación:

- Último Ciclo
- Primera prórroga (gratuita)
- Segunda prórroga (pagada)
- Actualización de Conocimiento **SIN** curso Primera prórroga (gratuita)
- Actualización de Conocimiento **SIN** curso Segunda prórroga (pagada)
- Aprobar Curso de Actualización de Conocimientos
- Primera prórroga (gratuita) Actualización de Conocimiento Aprobado
- Segunda prórroga (pagada) Actualización de Conocimiento Aprobado

N°	PARAMETROS DE REVISION	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				META / RESULTADO ESPERADO	OBSERVACIONES
		15	25	35	45	15	25	35	45	15	25	35	45	15	25	35	45		
1	Revisión del perfil de la investigación	■																5	
2	Revisión del desarrollo del proyecto de Investigación		■	■	■													10	
2.1	Introducción / cumplimiento de objetivos			■	■													25	
2.2	Estado del arte / Marco Teórico					■	■	■	■									45	
2.3	Metodología							■	■	■	■	■						55	
2.4	Resultados y discusión												■					70	
2.5	Conclusiones y recomendaciones													■	■			85	
2.6	Referencias bibliográficas														■	■		95	
3	Revisión final del proyecto de Investigación															■		100	


Mgs. Renato Herrera
Tutor (a)


Sr. Christian Guerrero
Estudiante

Anexo 10.- Resultados Variable Independiente: Facilidades
Resultado de las encuestas realizadas a las autoridades del GAD parroquial de
Pasa

INFORMACIÓN GENERAL

Género

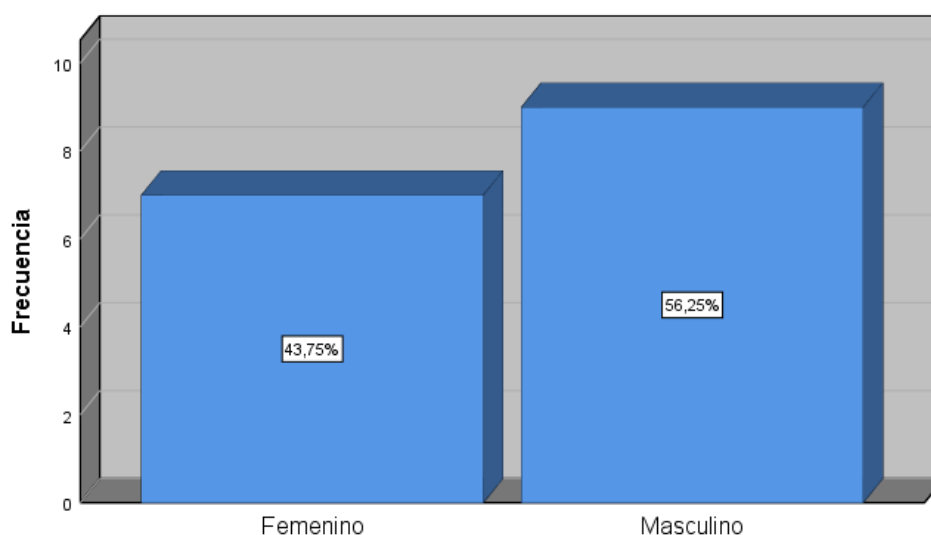
Tabla 8. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	7	43,8	43,8	43,8
	Masculino	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 1. Género



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

De los datos presentados anteriormente se puede interpretar que el 56,3 % son autoridades de género masculino, mientras que un 43,8% son de género femenino. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades son de género masculino con un 56,3%.

Edad

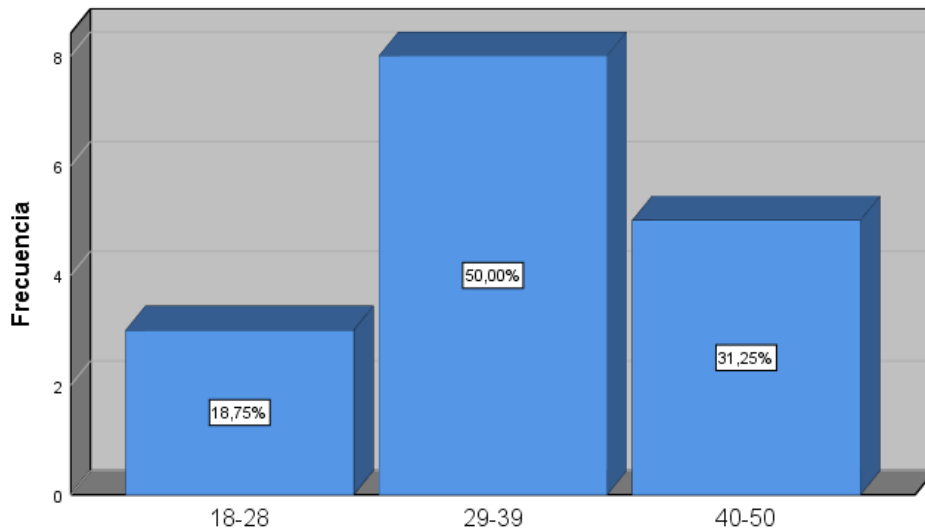
Tabla 9. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-28	3	18,8	18,8	18,8
	29-39	8	50,0	50,0	68,8
	40-50	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 2. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

La edad que tiene un mayor porcentaje es de 29 a 39 años de edad con un 50%, posteriormente se visualiza con un 31,3% a las edades de 40 a 50 años, mientras con un 18,8% se tiene a edades de 18 a 29 años. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades son de edad de 29 a 39 años con un porcentaje del 50%.

Nivel de instrucción

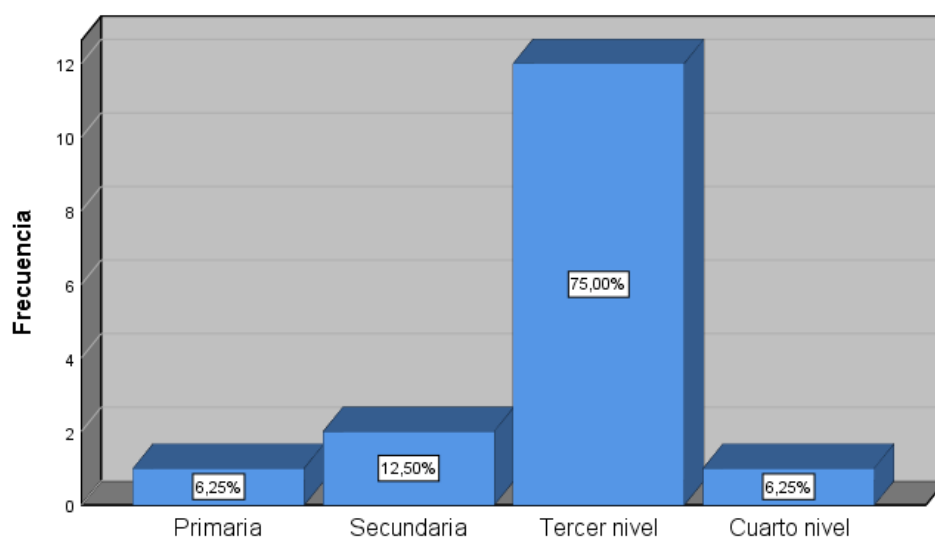
Tabla 10. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	1	6,3	6,3	6,3
	Secundaria	2	12,5	12,5	18,8
	Tercer nivel	12	75,0	75,0	93,8
	Cuarto nivel	1	6,3	6,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 3. Nivel de Instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

El mayor porcentaje de autoridades tienen un grado de instrucción de tercer nivel con el 75%, posteriormente se puede observar con un 12,5% un nivel de instrucción secundaria y por último comparten con un 6,3% un nivel de instrucción primaria y cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades tienen una instrucción hasta tercer nivel con un 75%.

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa se implemente la actividad económica del servicio de alojamiento?

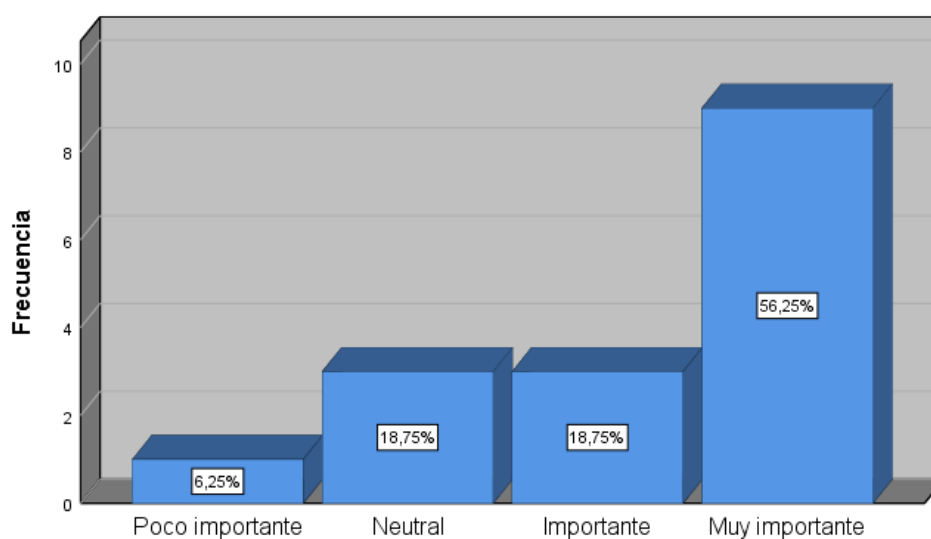
Tabla 11. Actividad económica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	3	18,8	18,8	25,0
Importante	3	18,8	18,8	43,8
Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 4. Actividad económica



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se puede observar que con un 56,3% las autoridades creen que es muy importante la implementación de la actividad económica del servicio de alojamiento, mientras que con un 18,8% consideran importante y con el mismo porcentaje consideran neutral por último con un 6,3% consideran poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades piensan que es muy importante la implementación de la actividad económica del servicio de alojamiento con un 56,3%

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa se regule la prestación de servicios turísticos?

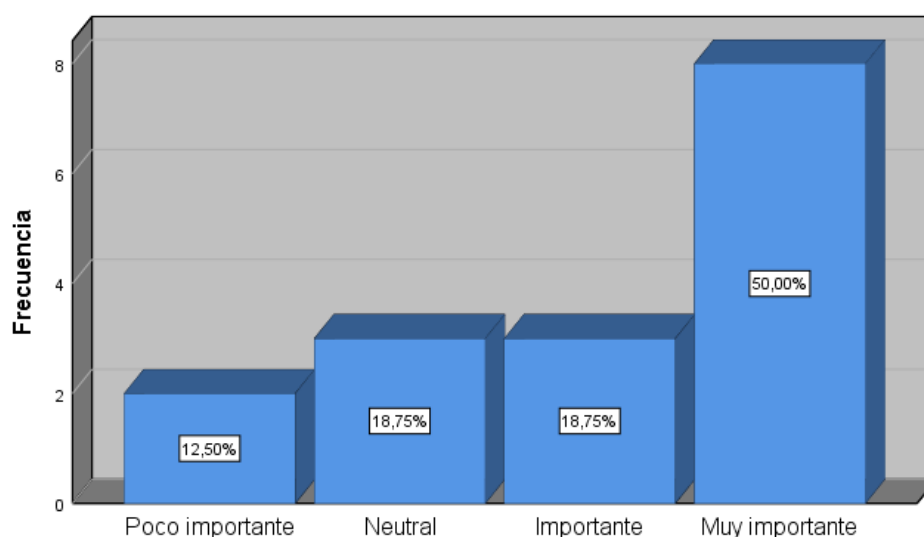
Tabla 12. Prestación de servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	2	12,5	12,5	12,5
Neutral	3	18,8	18,8	31,3
Importante	3	18,8	18,8	50,0
Muy importante	8	50,0	50,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 5. Prestación de servicio



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Con un 50% las autoridades creen que es muy importante regular la prestación de servicio, mientras que con un 18,8% consideran importante y con el mismo porcentaje consideran neutral por ultimo con un 12,5% consideran poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades piensan que es muy importante regular la prestación de servicio con el 56,3%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa los prestadores de servicio tengan instalaciones acordes a los servicios prestados?

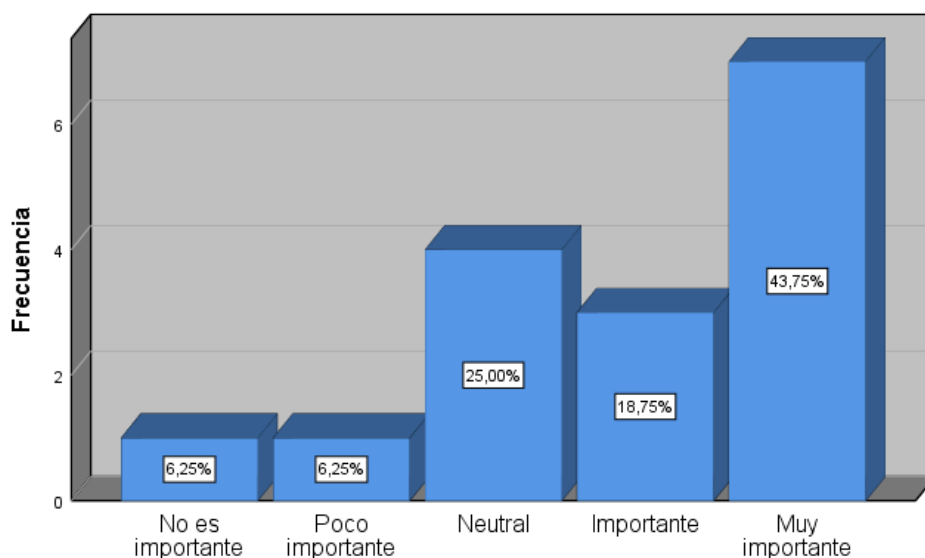
Tabla 13. Instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
	Neutral	4	25,0	25,0	37,5
	Importante	3	18,8	18,8	56,3
	Muy importante	7	43,8	43,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 6. Instalaciones



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se puede interpretar con el 43,8% las autoridades piensan que es muy importante que los prestadores de servicio tengan instalaciones acordes a los servicios prestados, mientras que con un 18,8% piensan que es importante por otro lado el 25% consideran neutral y por último con un 6,3% compartiendo el mismo porcentaje considera poco importante y que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que los prestadores de servicio tengan instalaciones acordes a los servicios prestados con el 43,8%.

¿Considera importante que en la parroquia de San Antonio de Pasa los prestadores de servicio proporcionen un adecuado servicio de hospitalidad que aporte a la satisfacción del turista?

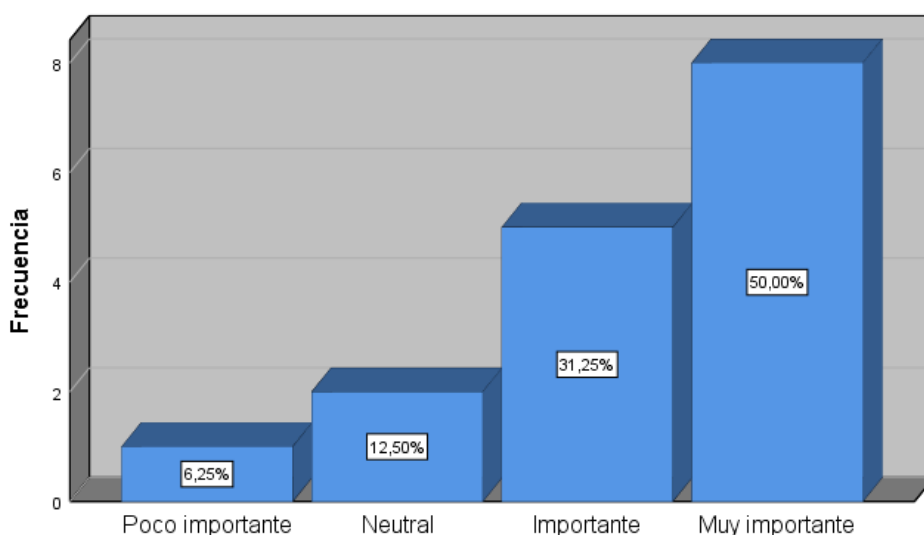
Tabla 14. Hospitalidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	2	12,5	12,5	18,8
Importante	5	31,3	31,3	50,0
Muy importante	8	50,0	50,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 7. Hospitalidad



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Con el 50% que las autoridades piensan que es muy importante que los prestadores de servicio proporcionen un adecuado servicio de hospitalidad, mientras que con un 31,3% piensan que es importante por otro lado el 12,5% consideran neutral y por ultimo con un 6,3% considera poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que los prestadores de servicio proporcionen un adecuado servicio de hospitalidad con el 50%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan facilidades turísticas de observación y vigilancia (Miradores, Torres de avistamiento de aves) para mejorar la experiencia del turista en el entorno natural?

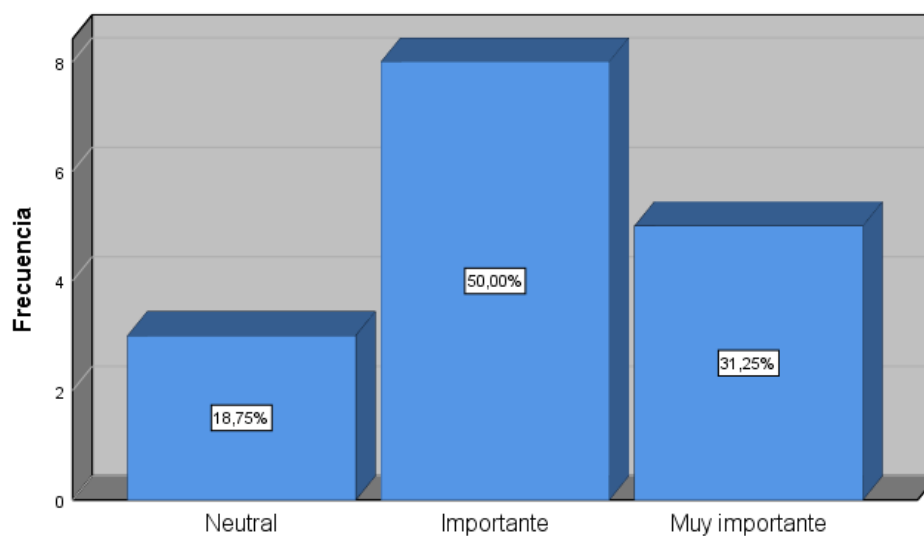
Tabla 15. De observación y vigilancia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	3	18,8	18,8	18,8
	Importante	8	50,0	50,0	68,8
	Muy importante	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 8, De observación y vigilancia



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Según los datos obtenidos con el 31,3% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de facilidades turísticas de observación y vigilancia, mientras que con un 50% piensan que es importante y por otro lado el 18,8% consideran neutral. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es importante la existencia de facilidades turísticas de observación y vigilancia con el 50%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan instalaciones de recorrido y descanso (centros de interpretación, puntos de información, centro de facilitación turística) para el bienestar del turista?

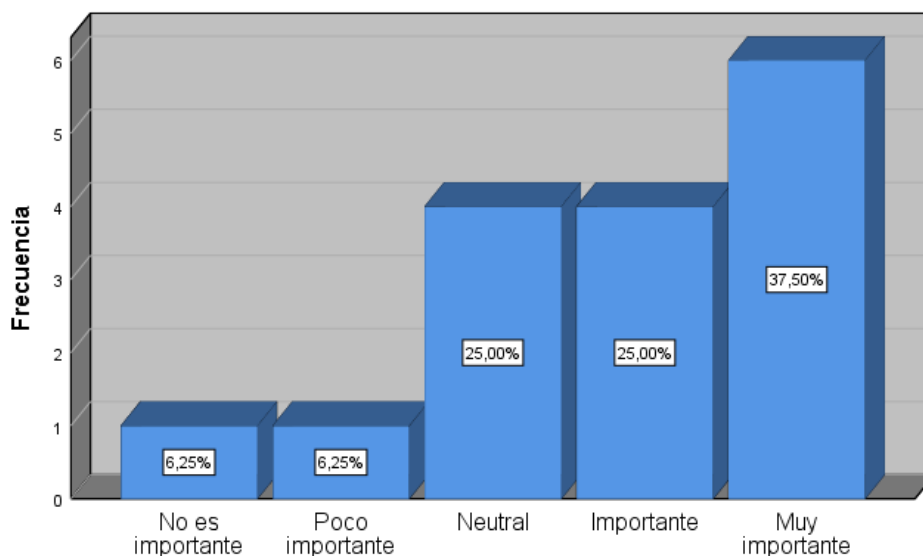
Tabla 16. De recorrido y descanso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
	Neutral	4	25,0	25,0	37,5
	Importante	4	25,0	25,0	62,5
	Muy importante	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 9. De recorrido y descanso



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se pudo interpretar que con el 37,5% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de instalaciones de recorrido y descanso, mientras que con un 25,0% piensan que es importante por otro lado con el mismo porcentaje de 25,0% consideran neutral y por ultimo con un 6,3% compartiendo el mismo porcentaje considera poco importante y que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que existan instalaciones de recorrido y descanso con el 37,5%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios de alimentos y bebidas para la deleite del turista?

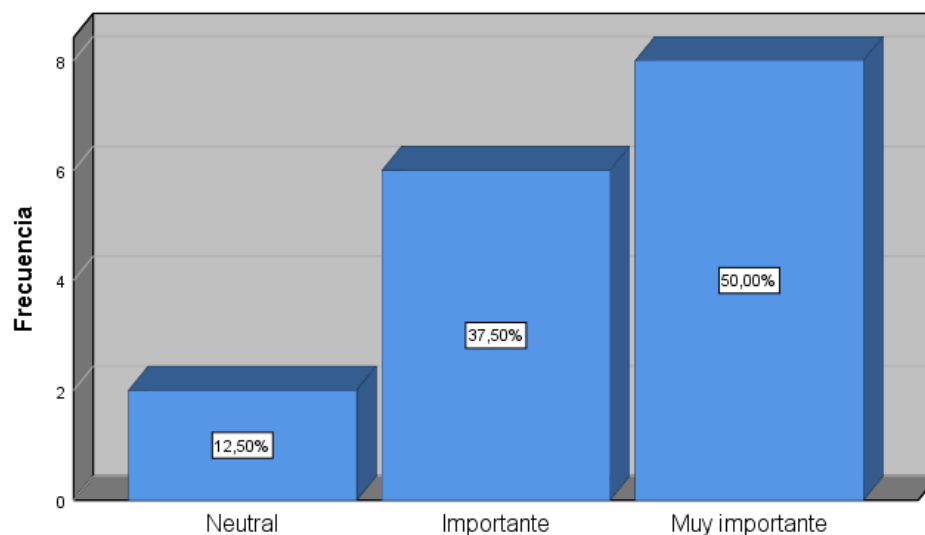
Tabla 17. Servicios de alimentos y bebidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	12,5	12,5	12,5
	Importante	6	37,5	37,5	50,0
	Muy importante	8	50,0	50,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 10. Servicios de alimentos y bebidas



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se observó que con el 50,0% las autoridades piensan que es muy importante la existencia servicios de alimentos y bebidas, mientras que con un 37,5% piensan que es importante por otro lado con el 12,0% consideran neutral. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que existan servicios de alimentos y bebidas con el 50,0%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan señalización y señalética gastronómica para la satisfacción del turista?

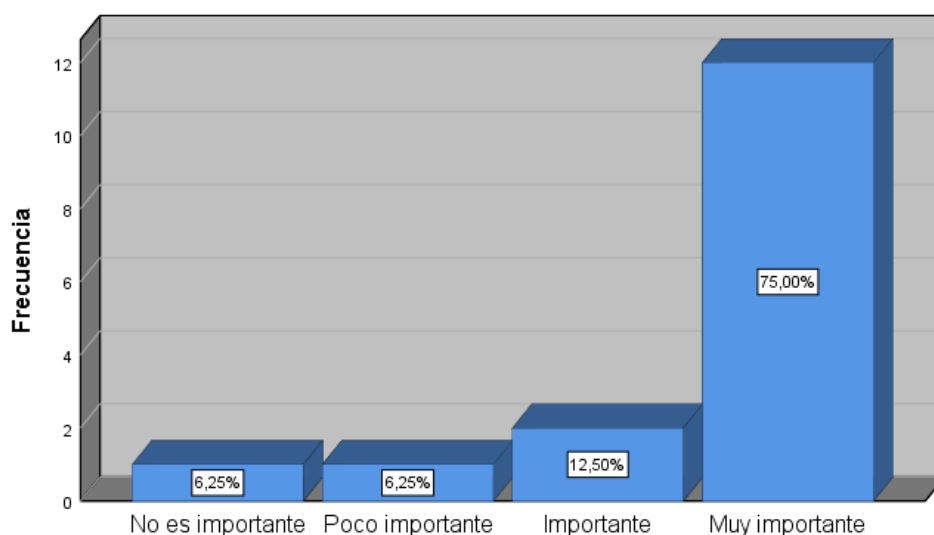
Tabla 18. Señalización y señalética gastronómica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No es importante	1	6,3	6,3	6,3
Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
Importante	2	12,5	12,5	25,0
Muy importante	12	75,0	75,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 11. Señalización y señalética gastronómica



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Dado a los resultados de las encuestas se pudo interpretar que con el 75,0% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de señalización y señalética gastronómica, mientras que con un 12,5% dijo que es importante, por otro lado con el 6,3% consideran poco importante, compartiendo el mismo porcentaje con 6,3% considera que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que existan señalización y señalética gastronómica con el 75,0%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa exista el servicio de catering para la satisfacción del turista?

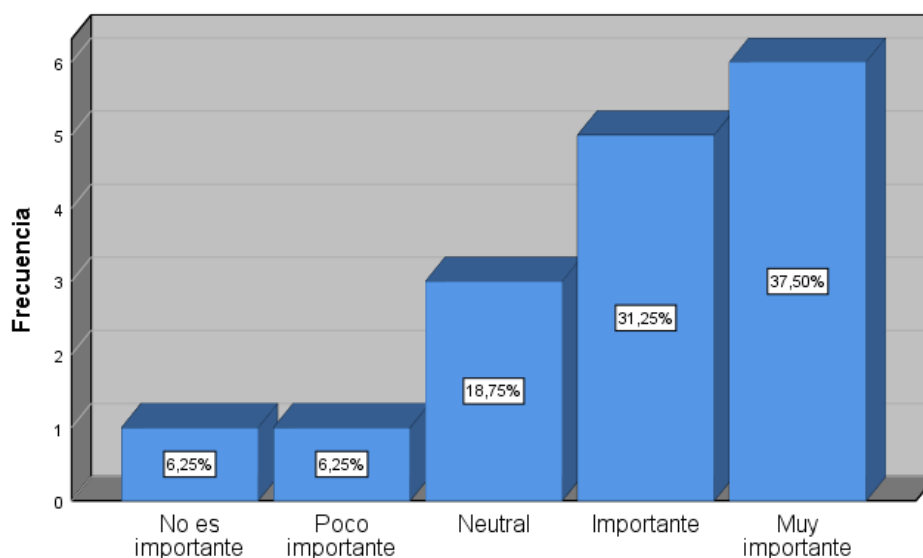
Tabla 19. Servicio de catering

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
	Neutral	3	18,8	18,8	31,3
	Importante	5	31,3	31,3	62,5
	Muy importante	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 12. Servicio de catering



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se pudo interpretar que con el 37,5% las autoridades piensan que es muy importante la existencia del servicio de catering, mientras que con un 31,3% piensan que es importante por otro lado con el 18,8% consideran neutral y por ultimo con un 6,3% compartiendo el mismo porcentaje considera poco importante y que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante la existencia del servicio de catering con el 37,5%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios de apoyo a la gestión turística como (Puntos de información, ITUR, MINTUR, otros) para prestarles información a los visitantes?

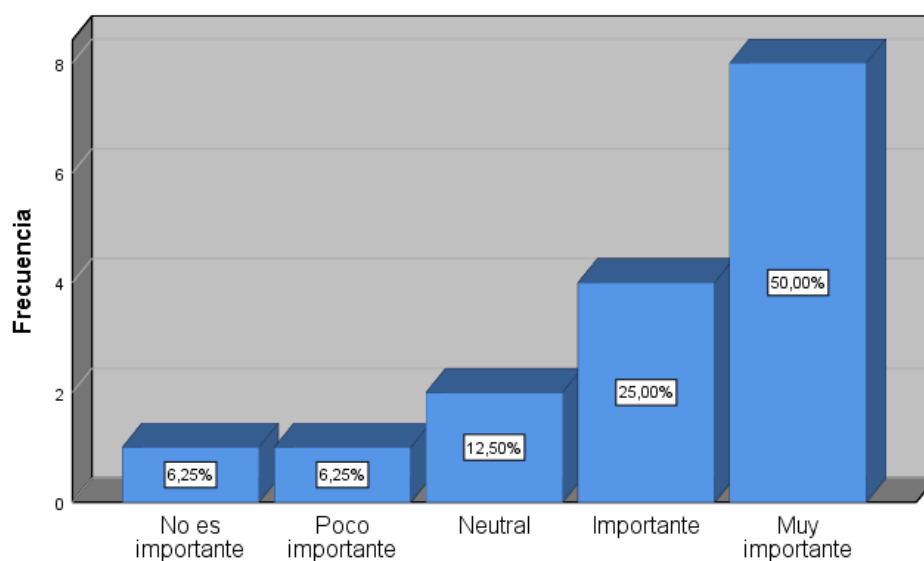
Tabla 20. De apoyo y gestión turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
	Neutral	2	12,5	12,5	25,0
	Importante	4	25,0	25,0	50,0
	Muy importante	8	50,0	50,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 13. De apoyo y gestión turística



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Con el 50,0% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de servicios de apoyo a la gestión turística, mientras que con un 25,0% piensan que es importante por otro lado con el 12,5% consideran neutral y por ultimo con un 6,3% compartiendo el mismo porcentaje considera poco importante y que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que existan servicios de apoyo a la gestión turística con el 50,0%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan facilidades turísticas de servicio (baterías sanitarias, estacionamientos) para suplir las necesidades de turista?

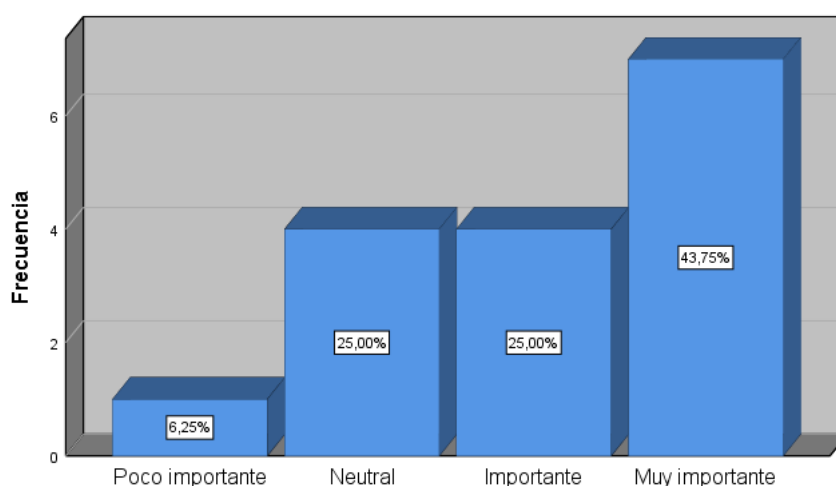
Tabla 21. De servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	4	25,0	25,0	31,3
Importante	4	25,0	25,0	56,3
Muy importante	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 14. De servicio



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se determinó que con el 43,8% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de facilidades turísticas de servicio, mientras que con un 25,0% piensan que es importante por otro lado con el mismo porcentaje de 25,0% consideran neutral y por ultimo con un 6,3% consideran poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante que existan facilidades turísticas de servicio con el 43,8%.

¿Considera importante que son necesarias facilidades inclusivas en los diferentes atractivos turísticos de la parroquia San Antonio de Pasa?

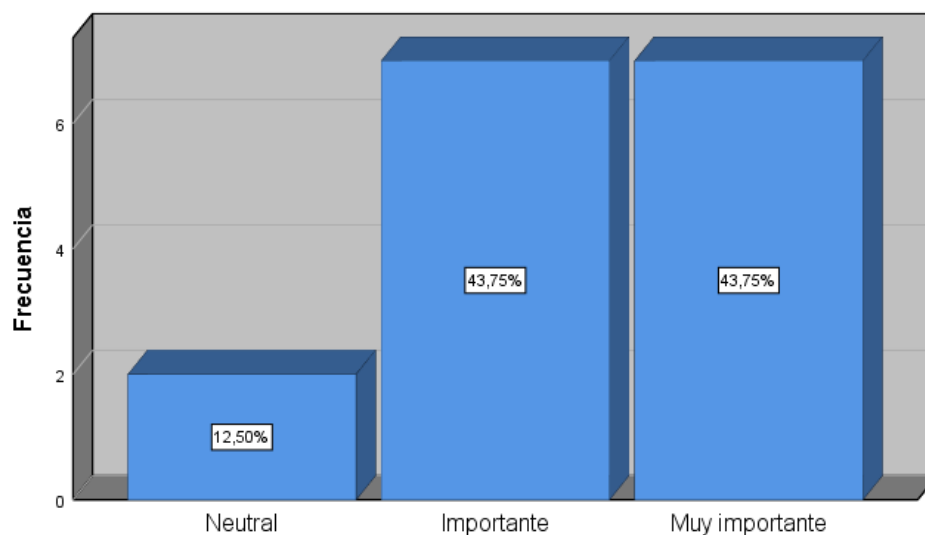
Tabla 22. Inclusivas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	12,5	12,5	12,5
	Importante	7	43,8	43,8	56,3
	Muy importante	7	43,8	43,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 15. Inclusivas



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Dado a los datos obtenidos se analizó que con el 43,8% las autoridades piensan que es muy importante y compartiendo el mismo porcentaje del 43,8% consideran importante la existencia de facilidades inclusivas, por otro lado el 12,5% nos dice que es neutral. Se concluye que las autoridades comparten 2 pensamientos unos consideran que es muy importante y otros que es solo importante la existencia de facilidades inclusivas con el 43,8%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa existan fuentes de comunicación acordes para la promoción de los atractivos turísticos?

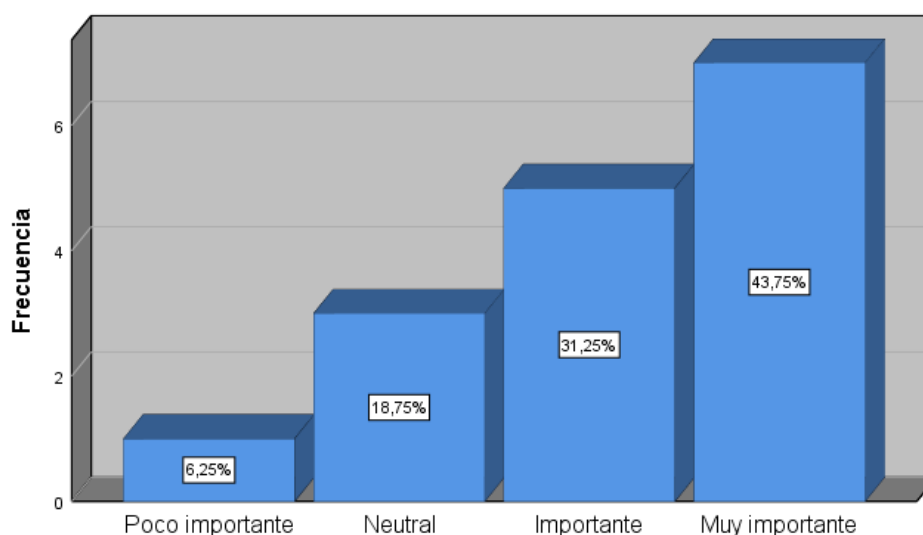
Tabla 23. Fuentes de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	3	18,8	18,8	25,0
Importante	5	31,3	31,3	56,3
Muy importante	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 16. Fuentes de comunicación



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se interpretó que con el 43,8% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de fuentes de comunicación, mientras que con un 31,3% piensan que es importante por otro lado el 18,8% considera neutral y por ultimo con un 6,3% piensa que es poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades piensan que es muy importante la existencia de fuentes de comunicación con el 43,8%.

¿Considera importante que en la parroquia San Antonio de Pasa exista el servicio de intermediación (operadoras, Agencias de viaje) para incrementar la demanda turística?

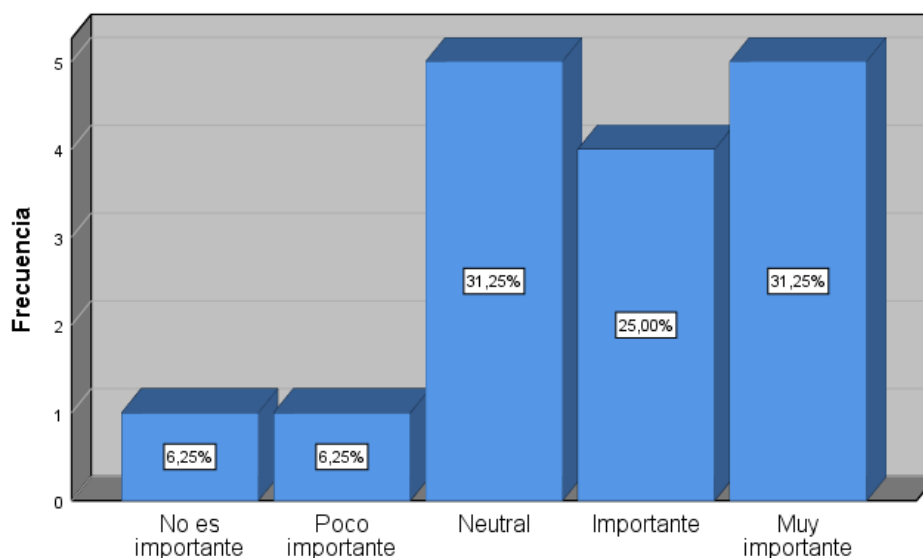
Tabla 24. Servicios de intermediación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
	Neutral	5	31,3	31,3	43,8
	Importante	4	25,0	25,0	68,8
	Muy importante	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Gráfico 17. Servicios de intermediación



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se pudo interpretar que con el 31,3% las autoridades piensan que es muy importante el servicio de intermediación, mientras que con un 25,0% piensan que es importante por otro lado con el 31,3% consideran neutral y por ultimo con un 6,3% compartiendo el mismo porcentaje considera poco importante y que no es importante. Se concluye que el las autoridades comparten 2 pensamientos unos consideran que es muy importante y otros que es neutral la existencia el servicio de intermediación con el 31,3%.

¿Considera importante que la parroquia San Antonio de Pasa existan servicios complementarios (centros de salud, retén policial, mercados, sistema bancarios entre otros) para la comodidad del turista?

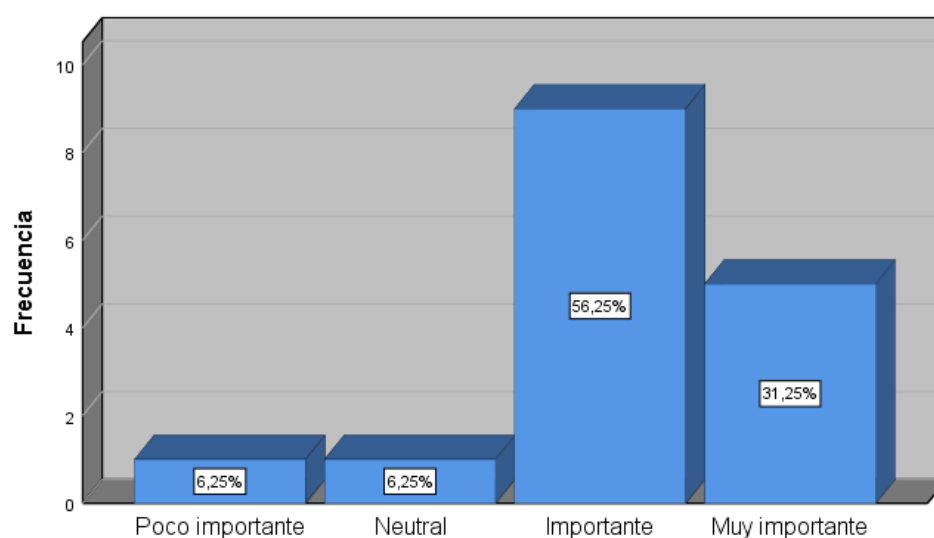
Tabla 25. Servicios complementarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	1	6,3	6,3	12,5
Importante	9	56,3	56,3	68,8
Muy importante	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 18. Servicios complementarios



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se conoció que con el 31,3% las autoridades piensan que es muy importante la existencia de servicios complementarios, mientras que con un 56,3% piensan que es importante y por ultimo con un 6,3% compartiendo el mismo porcentaje considera neutral y poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje autoridades creen que es importante que existan servicios complementarios con el 31,3%.

Anexo 11.- Resultados Variable Dependiente: Productos Turísticos
Resultado de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio de la parroquia de Pasa
INFORMACIÓN GENERAL

Género

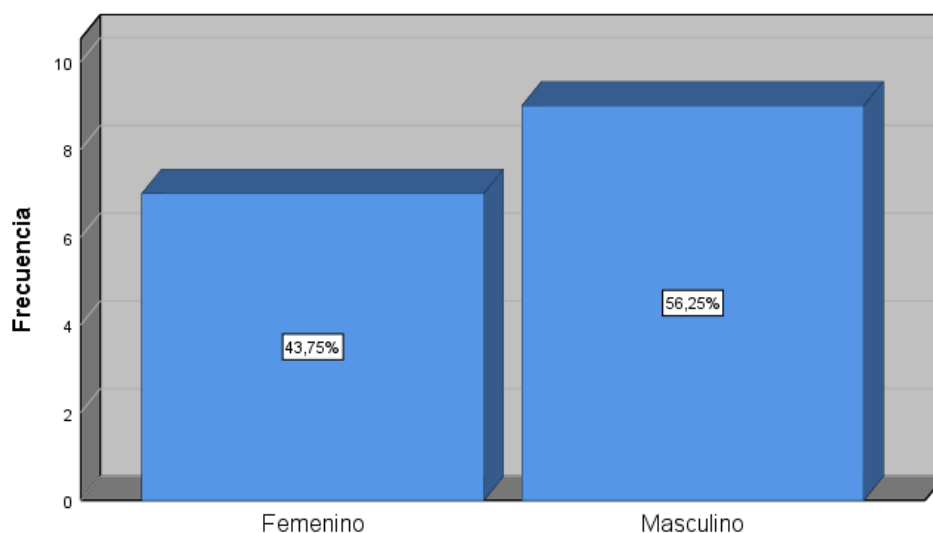
Tabla 26. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	7	43,8	43,8	43,8
	Masculino	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 19. Género



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

De los datos presentados anteriormente se puede interpretar que el 56,3 % son autoridades de género masculino, mientras que un 43,8% son de género femenino. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades son de género masculino con un 56,3%.

Edad

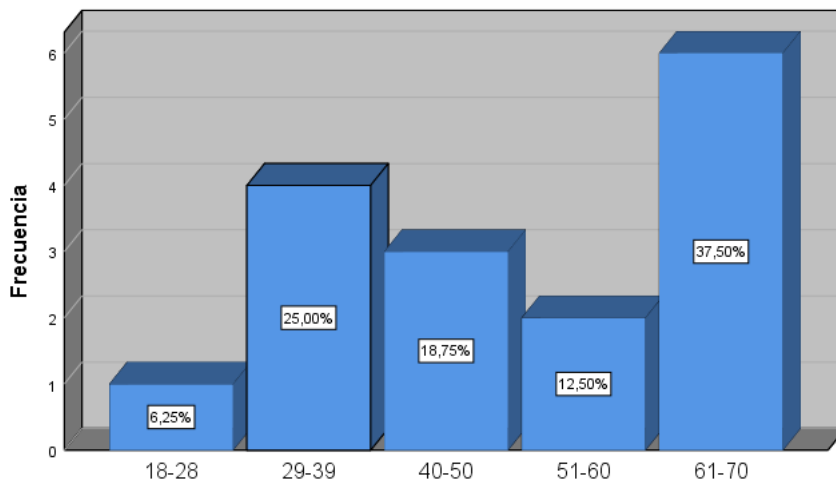
Tabla 27. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-28	1	6,3	6,3	6,3
	29-39	4	25,0	25,0	31,3
	40-50	3	18,8	18,8	50,0
	51-60	2	12,5	12,5	62,5
	61-70	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 20. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

La edad que tiene un mayor porcentaje es de 29 a 39 años de edad con un 50%, posteriormente se visualiza con un 31,3% a las edades de 40 a 50 años, mientras con un 18,8% se tiene a edades de 18 a 29 años. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades son de edad de 29 a 39 años con un porcentaje del 50%.

Nivel de instrucción

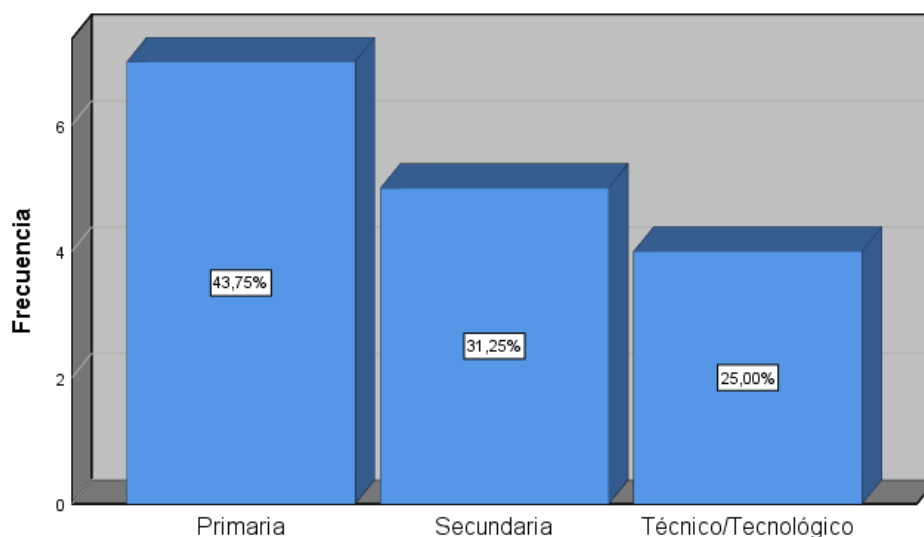
Tabla 28. Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	7	43,8	43,8	43,8
	Secundaria	5	31,3	31,3	75,0
	Técnico/Tecnológico	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 21. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

El mayor porcentaje de autoridades tienen un grado de instrucción de tercer nivel con el 75%, posteriormente se puede observar con un 12,5% un nivel de instrucción secundaria y por último comparten con un 6,3% un nivel de instrucción primaria y cuarto nivel. Se concluye que el mayor porcentaje de autoridades tienen una instrucción hasta tercer nivel con un 75%.

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

¿Considera importante que los servicios proporcionados por los prestadores de servicio en la parroquia San Antonio de Pasa son acordes a las necesidades de los turistas?

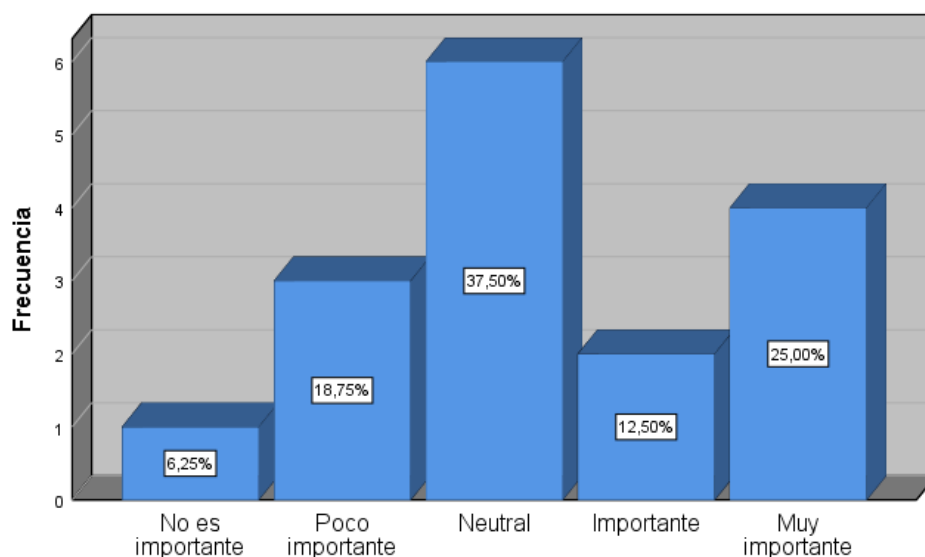
Tabla 29. Servicios proporcionados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No es importante	1	6,3	6,3	6,3
Poco importante	3	18,8	18,8	25,0
Neutral	6	37,5	37,5	62,5
Importante	2	12,5	12,5	75,0
Muy importante	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 22. Servicios proporcionados



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se determinó que con el 25,0% que los servicios proporcionados por los prestadores de servicios son muy importantes, mientras que con un 12,5% piensan que es importante por otro lado con el 37,5% consideran neutral, con un 18,8% piensan que es poco importante y por último con un 6,3% se dijeron que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es neutral los servicios proporcionados con el 37,5%.

¿Considera importante que al prestar un servicio turístico en la parroquia San Antonio de Pasa es necesario tener un alto nivel de empatía para satisfacer al turista?

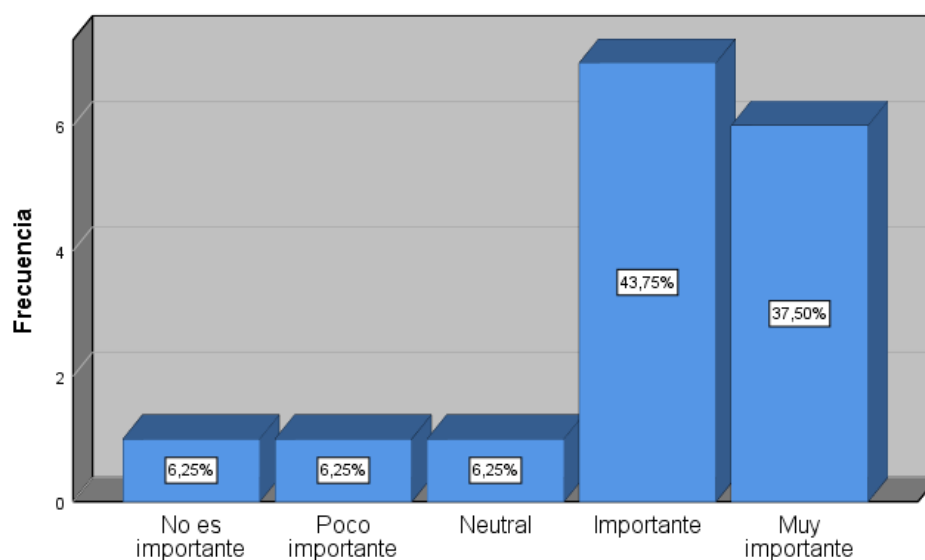
Tabla 30. Nivel de Empatía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	1	6,3	6,3	12,5
	Neutral	1	6,3	6,3	18,8
	Importante	7	43,8	43,8	62,5
	Muy importante	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Gráfico 23. Nivel de empatía



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se determinó que con el 37,5% el nivel de empatía es muy importante para los prestadores de servicios, mientras que con un 43,8% establecen que es importante por otro lado con el 6,3% consideran neutral, así mismo con el 6,3% nos mencionan que es poco importante y por último con un 6,3% se observó que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios determinan que el nivel de empatía es neutral con el 43,8%.

¿Considera importante satisfacer las expectativas de los turistas con una adecuada prestación de servicios en su establecimiento de la parroquia San Antonio de Pasa?

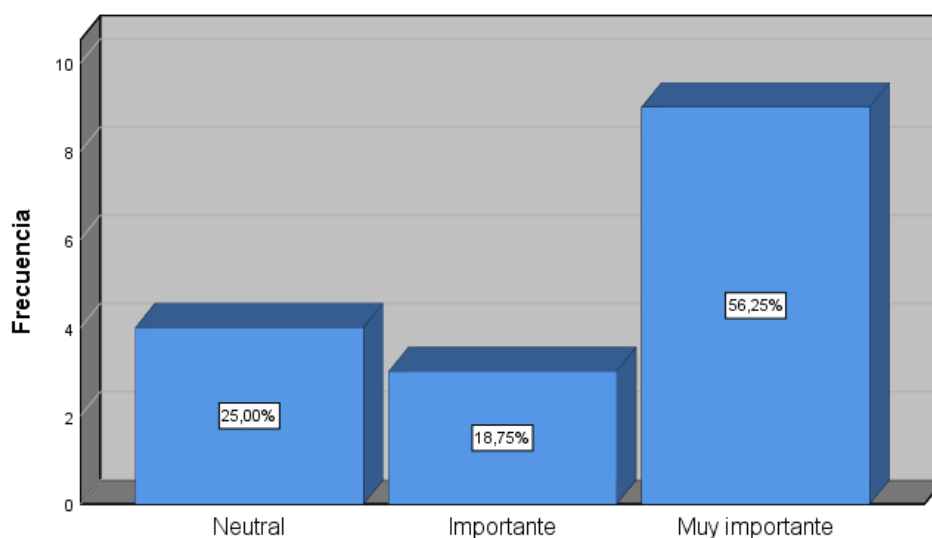
Tabla 31. Expectativa del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	4	25,0	25,0	25,0
	Importante	3	18,8	18,8	43,8
	Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 24. Expectativa del servicio



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Con el 56,3% la satisfacción de las expectativas del servicio es muy importante para los prestadores de servicios, mientras que con un 18,8% establecen que es importante por otro lado con el 25,0% consideran neutral. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios determinan que la satisfacción de las expectativas de los servicios es muy importante con el 56,3%.

¿Considera importante lograr una excelente percepción de los turistas con respecto al servicio recibido en su establecimiento de la parroquia San Antonio de Pasa?

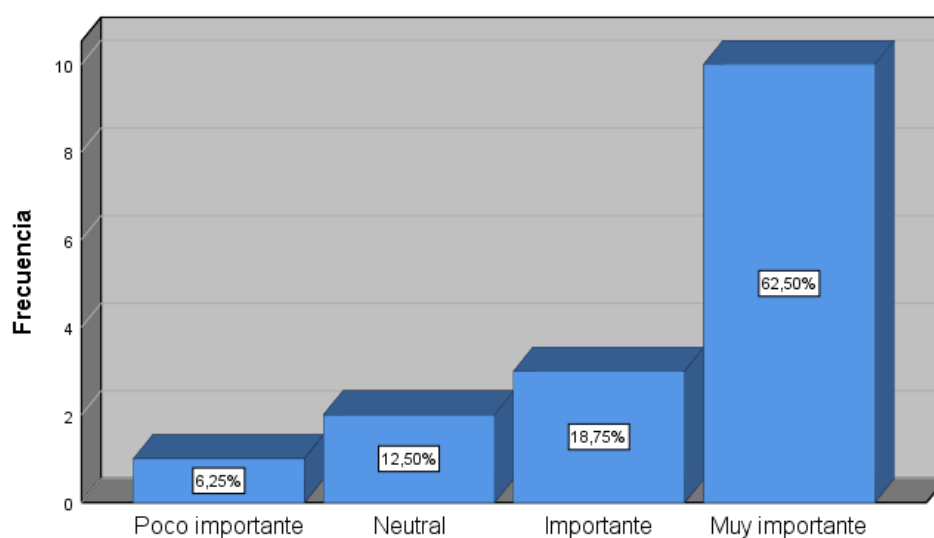
Tabla 32. Percepción del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	2	12,5	12,5	18,8
Importante	3	18,8	18,8	37,5
Muy importante	10	62,5	62,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 25. Percepción del servicio



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se evidenció que con el 62,5% para los prestadores de servicios es muy importante la percepción del servicio, mientras que con un 18,8% piensan que es importante por otro lado con el 12,5% consideran neutral y con el 6,3% se dijo que es poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante la percepción del servicio con el 62,5%.

¿Considera importante lograr la fidelización de los turistas hacia los servicios prestados en la parroquia San Antonio de Pasa?

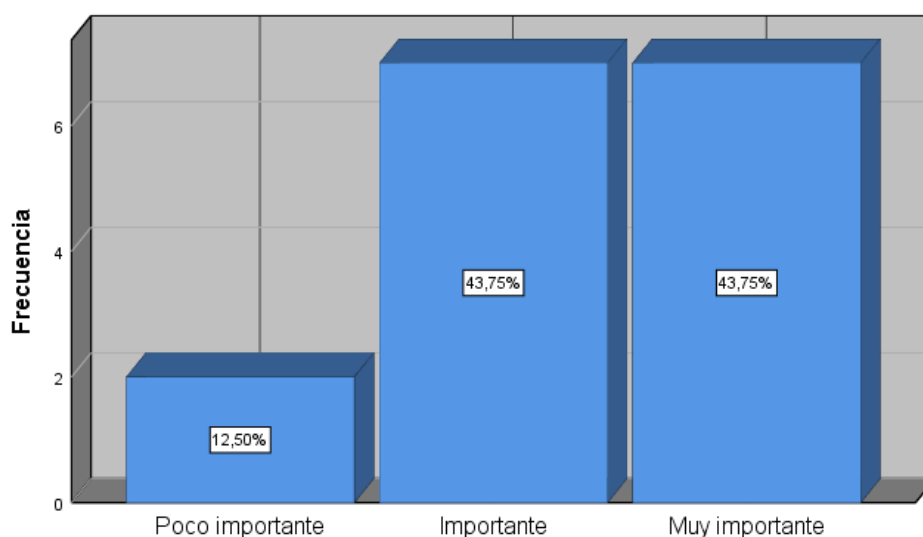
Tabla 33. Servicios prestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	2	12,5	12,5	12,5
Importante	7	43,8	43,8	56,3
Muy importante	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 26. Servicios prestados



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

En relación de la respuestas de las encuestas aplicadas se determinó que con el 43,8% para los prestadores de servicios es muy importante la fidelización de los turistas, mientras que con un 43,8% piensan que es importante por otro lado con el 12,5% consideran poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante y también consideran importante la fidelización de los turistas con el 43,8%.

¿Considera importante tener senderos interpretativos en la parroquia San Antonio de Pasa?

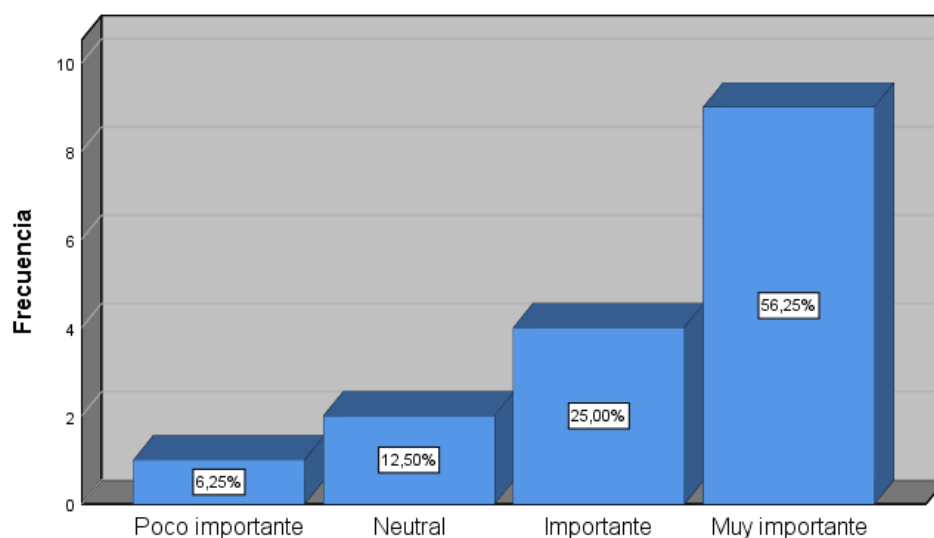
Tabla 34. Senderos interpretativos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	2	12,5	12,5	18,8
Importante	4	25,0	25,0	43,8
Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 27. Senderos interpretativos



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Con el 56,3% para los prestadores de servicios es muy importante tener senderos interpretativos, mientras que con un 25,0% piensan que es importante por otro lado con el 12,5% consideran neutral y con el 6,3% se dijo que es poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante tener senderos interpretativos con el 56,3%.

¿Considera importante que son necesarias las rutas de acceso a los diferentes atractivos de la parroquia San Antonio de Pasa?

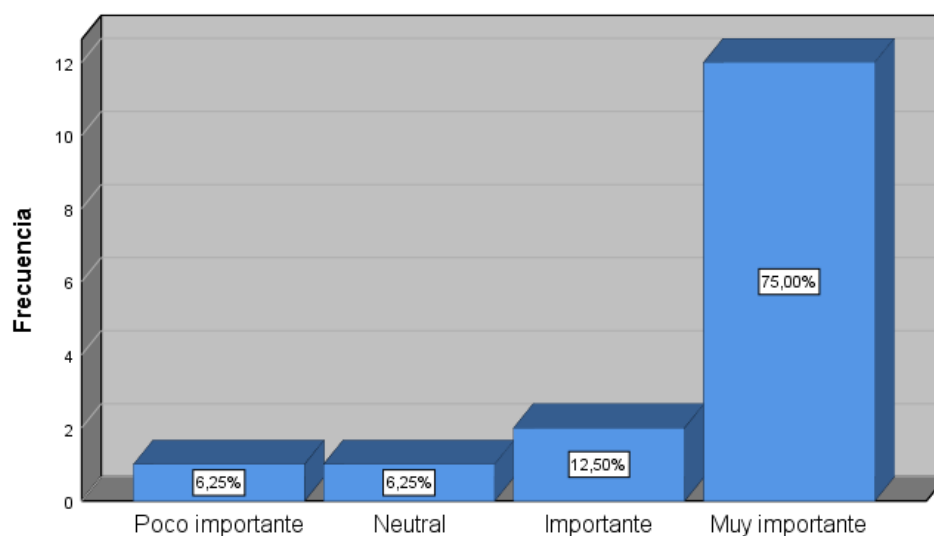
Tabla 35. Rutas de acceso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	1	6,3	6,3	12,5
Importante	2	12,5	12,5	25,0
Muy importante	12	75,0	75,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 28. Rutas de acceso



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se pudo visualizar que con el 75,0% para los prestadores de servicios es muy importante tener rutas de acceso, mientras que con un 12,5% piensan que es importante por otro lado con el 6,3% consideran neutral y con el 6,3% se dijo que es poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante tener rutas de acceso con el 75,0%.

¿Considera importante incorporar infraestructura y medios inclusivos en las diferentes prestaciones de servicios de la parroquia San Antonio de Pasa?

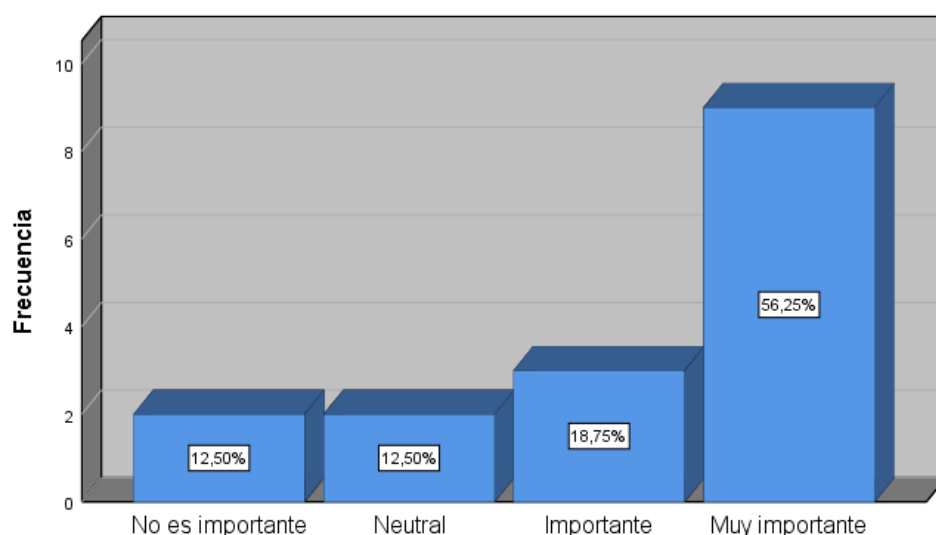
Tabla 36. Infraestructura y medios inclusivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No es importante	2	12,5	12,5	12,5
Neutral	2	12,5	12,5	25,0
Importante	3	18,8	18,8	43,8
Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 29. Infraestructura y medios inclusivos



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se determinó que con el 56,3% para los prestadores de servicios es muy importante incorporar infraestructura y medios inclusivos, mientras que con un 18,8% piensan que es importante por otro lado con el 12,5% consideran neutral y con el 12,5% se dijo que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante incorporar infraestructura y medios inclusivos con el 56,3%.

¿Considera importante poseer señalética en los atractivos turísticos para un mejor desplazamiento de los turistas en la parroquia San Antonio de Pasa?

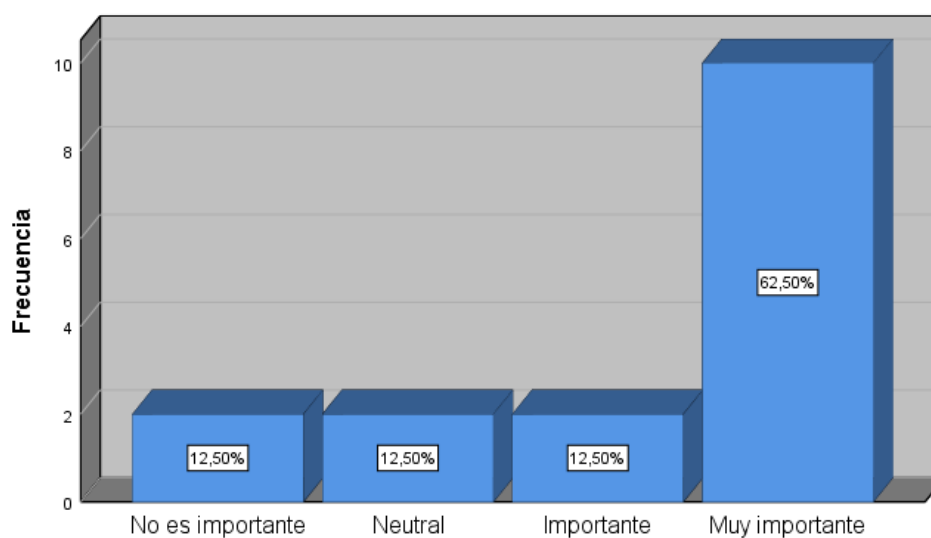
Tabla 37. Señalética

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	2	12,5	12,5	12,5
	Neutral	2	12,5	12,5	25,0
	Importante	2	12,5	12,5	37,5
	Muy importante	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 30. Señalética



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se evidenció que con el 62,5% para los prestadores de servicios es muy importante poseer señalética, mientras que con un 12,5% piensan que es importante por otro lado con el 12,5% consideran neutral y con el 12,5% se dijo que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante poseer señalética con el 62,5%.

¿Considera importante poseer señalización de los diferentes prestadores de servicio, atractivos turísticos, puntos de información entre otros de la parroquia San Antonio de Pasa?

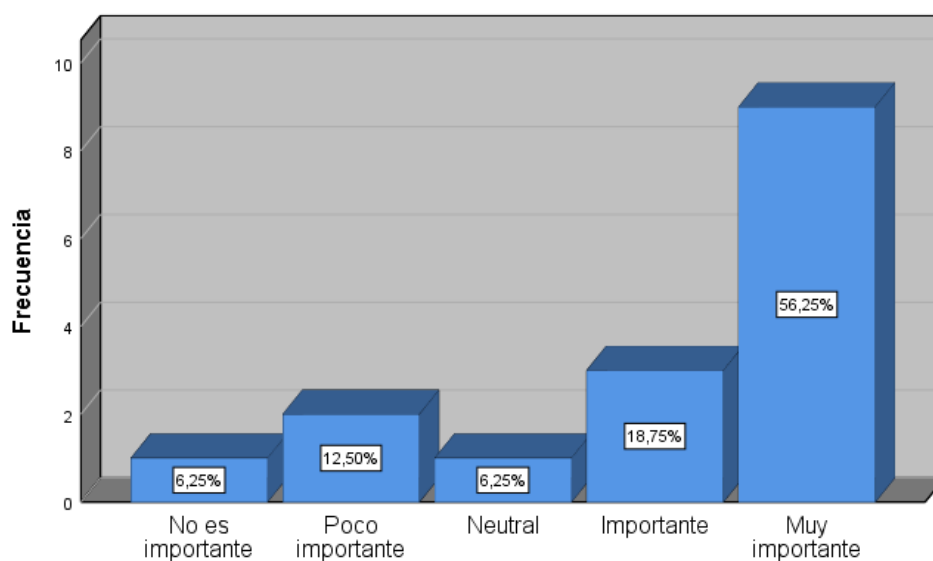
Tabla 38. Señalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No es importante	1	6,3	6,3	6,3
	Poco importante	2	12,5	12,5	18,8
	Neutral	1	6,3	6,3	25,0
	Importante	3	18,8	18,8	43,8
	Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Gráfico 31. Señalización



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Con el 56,3% para los prestadores de servicios es muy importante poseer señalización, mientras que con un 18,8% piensan que es importante, además con el 6,3% consideran neutral, por otro lado con el 12,5% considera poco importante y por último el 6,3% expresó que no es importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante poseer señalización con el 56,3%.

¿Considera importante incorporar el servicio de transporte turístico hacia la parroquia San Antonio de Pasa?

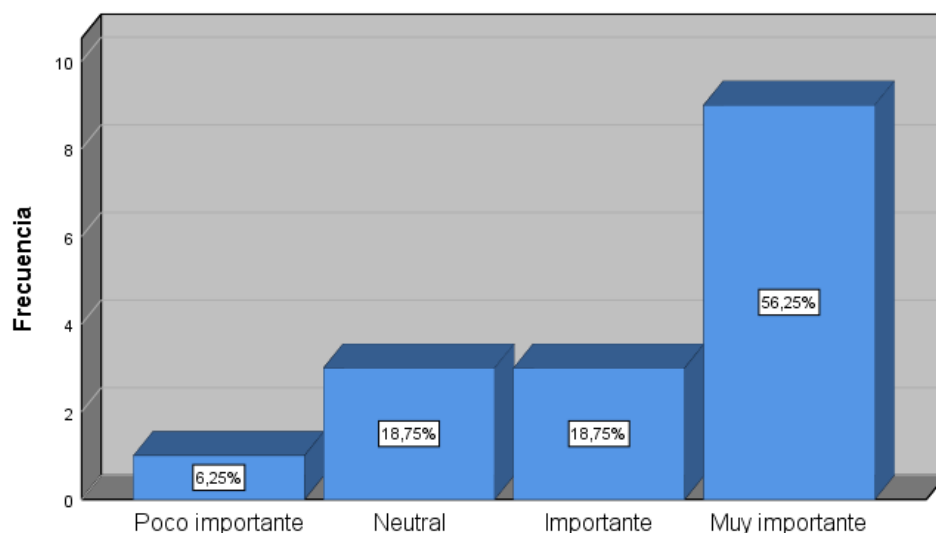
Tabla 39. Transporte

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco importante	1	6,3	6,3	6,3
Neutral	3	18,8	18,8	25,0
Importante	3	18,8	18,8	43,8
Muy importante	9	56,3	56,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 32. Transporte



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Al obtener de los resultados de las encuestas con el 56,3% para los prestadores de servicios es muy importante incorporar el servicio de transporte, mientras que con un 18,8% piensan que es importante, además con el 18,8% consideran neutral, por otro lado con el 6,3% considera poco importante. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante incorporar el servicio de transporte con el 56,3%.

¿Considera importante dar a conocer conjuntamente con sus productos y servicios, los diferentes recursos naturales (miradores naturales, cerros, lagunas) que posee la parroquia San Antonio de Pasa?

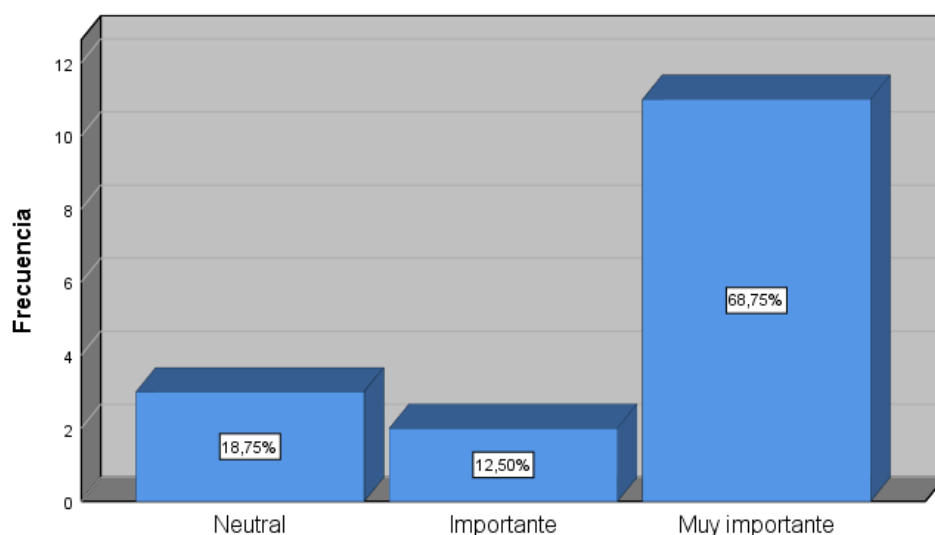
Tabla 40. Recursos Naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	3	18,8	18,8	18,8
	Importante	2	12,5	12,5	31,3
	Muy importante	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 33. Recursos naturales



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Los resultados de las encuestas con el 68,8% para los prestadores de servicios es muy importante dar a conocer los recursos naturales, mientras que con un 12,5% piensan que es importante, además con el 18,8% consideran neutral. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante dar a conocer los recursos naturales con el 68,8%.

¿Considera importante dar a conocer conjuntamente con sus productos y servicios, los diferentes recursos culturales (edificaciones, museos, fiestas etc.) que posee la parroquia San Antonio de Pasa?

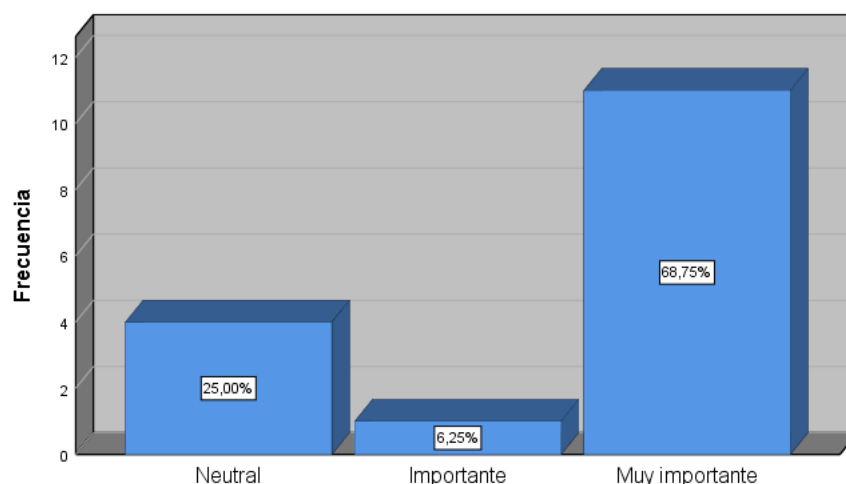
Tabla 41. Recursos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	4	25,0	25,0	25,0
	Importante	1	6,3	6,3	31,3
	Muy importante	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Grafico 34. Recursos culturales



Fuente: Encuestas aplicadas en la parroquia de Pasa, agosto 2020

Elaborado: Guerrero, C. 2020

Se determinó que con el 68,8% para los prestadores de servicios es muy importante dar a conocer los recursos culturales, mientras que con un 6,3% piensan que es importante, además con el 25,0% consideran neutral. Se concluye que el mayor porcentaje de los prestadores de servicios piensan que es muy importante dar a conocer los recursos culturales con el 68,8%.