

**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

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**“FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA  
PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**Autor:**

Alexis Mauricio Guamán Criollo

**Tutor:**

Dr. Luis Alberto Quevedo Báez

**Riobamba – Ecuador**

**Año- 2021**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dr. Luis Alberto Quevedo Báez, certifico que el presente proyecto de investigación titulado **“FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera, ha sido realizado por el señor Alexis Mauricio Guamán Criollo, el mismo que ha sido dirigido y revisado por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva. Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad

Atentamente:



---

Dr. Luis Alberto Quevedo Báez

**TUTOR**

## CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación titulado **“FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, presentado por: Alexis Mauricio Guamán Criollo y dirigido por el Dr. Luis Alberto Quevedo Báez. Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo. Para constancia de lo expuesto firman:

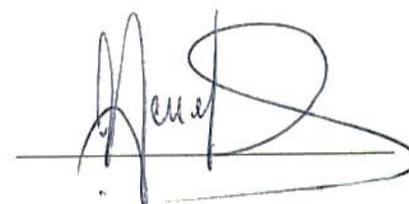
Dr. Victor Velasco S. PhD

**Presidente del tribunal**



Mgs. Renato Herrera H.

**Miembro de tribunal**



Mgs. Danilo Quintana P.

**Miembro de Tribunal**



## AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de este proyecto de investigación corresponde exclusivamente a: Alexis Mauricio Guamán Criollo con cedula de identidad N.º 1804319547 y al Dr. Luis Alberto Quevedo Báez. (Tutor) y el contenido de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

Alexis Mauricio Guamán Criollo  
C.I. 1804319547

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis queridos padres; Rosa Criollo y Miguel Guamán, pilares fundamentales en mi vida, dignos de ejemplo de trabajo arduo y constancia, de dedicación día con día por brindarme lo mejor, por ser el respaldo moral de mis sueños y ejemplos de amor y fortaleza en instantes de derrota. A mis queridos hermanos/as, Alexandra, Michelle y Alan por el apoyo brindado de una u otra forma siempre han estado presentes en cada paso que he dado, festejando mis logros y motivándome a seguir a delante y alcanzar mis metas.

*Alexis Mauricio Guamán Criollo*

## **AGRADECIMIENTO**

A mis queridos padres, quienes con su ejemplo me han motivado a ser mejor persona y no desfallecer y rendirme.

Mi agradecimiento sincero a mi familia, amigos y a los docentes que conforman la carrera de Gestión Turística y Hotelera de la UNACH, por contribuir con mi desarrollo profesional.

De igual forma mi agradecimiento sincero a los miembros del GAD de la Municipalidad de Pallatanga por el apoyo brindado.

*Alexis Mauricio Guamán Criollo*

## ÍNDICE GENERAL

<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL</b> .....	<b>iii</b>
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1. Situación problemática</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2. Formulación del problema</b> .....	<b>3</b>
1.2.1. Problema general .....	<b>3</b>
1.2.2. Problemas específicos.....	<b>3</b>
<b>1.3. Justificación</b> .....	<b>3</b>
1.3.1. Justificación teórica .....	<b>3</b>
1.3.2. Justificación práctica .....	<b>3</b>
1.3.3. Justificación metodológica .....	<b>3</b>
<b>1.4. Objetivos</b> .....	<b>4</b>
1.4.1. Objetivo general .....	<b>4</b>
1.4.2. Objetivos específicos.....	<b>4</b>
<b>1.5. Hipótesis</b> .....	<b>4</b>
1.5.1. Hipótesis general .....	<b>4</b>
1.5.2. Hipótesis específicas.....	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2 Marco filosófico o epistemológico de la investigación</b> .....	<b>7</b>
2.2.2. Epistemología de oferta .....	<b>9</b>
<b>2.3 Estado del arte</b> .....	<b>10</b>
2.3.1 Estado del arte variable independiente: facilidades turísticas .....	<b>10</b>
2.3.2 Estado del arte variable dependiente: oferta.....	<b>11</b>
<b>2.4. Bases teóricas</b> .....	<b>12</b>
<b>2.4.1. Marco teórico variable independiente: facilidades turísticas</b> .....	<b>12</b>
2.4.1.1 Facilidades turísticas.....	<b>12</b>
2.4.1.2 Servicios turísticos.....	<b>13</b>
2.4.1.3 Actividades turísticas.....	<b>13</b>
2.4.1.4 Instalaciones turísticas .....	<b>13</b>
2.4.1.5. Satisfacción.....	<b>13</b>
2.4.1.5 Gestión y control .....	<b>13</b>
2.4.1.6 Ordenanzas y resoluciones .....	<b>14</b>
2.4.1.7 Horarios de funcionamiento .....	<b>14</b>
2.4.1.8 Normativa de actividades turísticas .....	<b>14</b>
2.4.1.9 Proyectos turísticos.....	<b>14</b>
2.4.1.10 Publicidad y difusión.....	<b>14</b>

2.4.1.11 Puntos de información turística .....	15
2.4.1.12 Estado de conservación de atractivos .....	15
2.4.1.13 Construcciones de facilitación turística .....	15
2.4.1.14 Senderos habilitados .....	15
2.4.1.15 Calidad de servicio .....	15
2.4.1.16 Seguridad .....	15
<b>2.4.2 Marco teórico variable dependiente: oferta .....</b>	<b>16</b>
2.4.2.1 Oferta .....	16
2.4.2.2 Servicios turísticos.....	16
2.4.2.3 Productos turísticos.....	17
2.4.2.4 Recursos turísticos .....	17
2.4.2.5 Infraestructura.....	17
2.4.2.6 Alojamiento .....	17
2.4.2.7 Alimentación y bebidas .....	17
2.4.2.8 Transporte .....	18
2.4.2.9 Operación e intermediación .....	18
2.4.2.10 Actividades turísticas.....	18
2.4.2.11 Comercialización .....	18
2.4.2.12 Destino turístico.....	18
2.4.2.13 Recurso natural .....	19
2.4.2.14 Recurso cultural .....	19
2.4.2.15 Calidad de infraestructura.....	19
2.4.2.16 Equipamiento turístico.....	19
2.4.2.17 Servicios básicos.....	19
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Tipo y diseño de la investigación .....</b>	<b>20</b>
3.1.1 Tipo de investigación.....	20
3.1.1.1 Investigación correlacional.....	20
3.1.1.2. Investigación descriptiva .....	20
3.1.1.3 Investigación explicativa .....	21
<b>3.1.2 Diseño de la investigación .....</b>	<b>21</b>
3.1.2.1 Diseño no experimental .....	21
3.1.2.2 Diseño de investigación transversal .....	21
<b>3.1.2.3 Muestreo no probabilístico .....</b>	<b>21</b>
3.1.2.3.1 Muestreo no probabilístico por conveniencia.....	21
<b>3.2 Unidad de análisis .....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Variable independiente .....	21
3.2.2 Variable dependiente .....	22
<b>3.3 Población de estudio .....</b>	<b>22</b>
<b>3.4 Tamaño de muestra .....</b>	<b>22</b>
3.4.1 Variable independiente: facilidades turísticas .....	22
3.4.2. Variable dependiente: oferta.....	22
<b>3.5 Selección de la muestra .....</b>	<b>23</b>
3.5.1 Variable independiente .....	23
3.5.2 Variable dependiente .....	23
<b>3.6 Operacionalización de variables.....</b>	<b>24</b>
<b>3.7 Matriz de consistencia .....</b>	<b>25</b>
<b>3.8 Técnicas e instrumentos de la investigación.....</b>	<b>26</b>
3.8.1 Técnicas .....	26
3.8.2. Instrumentos .....	26

<b>3.9 Validez de instrumentos</b> .....	26
3.9.1 Confiabilidad de instrumentos.....	27
<b>3.10. Análisis e interpretación de la información</b> .....	28
<b>CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>29</b>
<b>4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados</b> .....	29
4.1.1. Análisis, interpretación de resultados de la variable independiente: facilidades turísticas .....	29
4.1.2. Análisis, interpretación de resultados de la variable dependiente: oferta.....	32
<b>4.2. Pruebas de hipótesis</b> .....	35
4.2.1 Prueba de hipótesis general .....	35
4.2.2. Prueba de hipótesis específicas.....	36
<b>4.2 Presentación de resultados</b> .....	40
<b>5. Conclusiones</b> .....	<b>42</b>
<b>6. Recomendaciones</b> .....	<b>43</b>
<b>7. Referencias bibliográficas</b> .....	<b>44</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>48</b>
<b>Anexo 1. Propuesta</b> .....	<b>48</b>
1. Título de la propuesta.....	48
2. Introducción .....	48
3. Objetivos.....	48
4. Desarrollo .....	50
4.1 Identificar la planta turística del cantón Pallatanga .....	51
4.2 Seleccionar lineamientos de recuperación de la actividad turística.....	52
4.3 Desarrollar el plan para reactivar el turismo en el cantón Pallatanga.....	53
<b>Anexo2. Árbol de problemas</b> .....	<b>58</b>
<b>Anexo 3. Modelo de encuesta de la Variable Dependiente: Oferta Turística</b> .....	<b>59</b>
<b>Anexo 4. Modelo de encuesta de la Variable Independiente: Facilidades Turísticas</b> .....	<b>61</b>
<b>Anexo 5. Validación por parte de los expertos, variable independiente “facilidades turísticas”</b> .....	<b>63</b>
<b>Anexo 6. Validación por parte de los expertos, variable dependiente “oferta”</b> .....	<b>68</b>
<b>Anexo 7. Oficio dirigido al GAD municipal del cantón Pallatanga</b> .....	<b>72</b>
<b>Anexo 8. Oficio de aceptación del GAD municipal de Pallatanga</b> .....	<b>73</b>
<b>Anexo 9. Presentación de resultados variable dependiente: facilidades turísticas.</b>	<b>74</b>
<b>Anexo10. Presentación de resultados variable independiente: oferta turística</b> .....	<b>89</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Estado del arte: facilidades turísticas .....	10
<b>Cuadro 2.</b> Estado del arte: oferta.....	11
<b>Cuadro 3.</b> Población de estudio.....	22
<b>Cuadro 4</b> Prestadores de servicio .....	22
<b>Cuadro 5.</b> Criterios de fiabilidad, alfa de Cronbach.....	27
<b>Cuadro 6.</b> Resumen e interpretación y análisis de resultados de facilidades turísticas .	29
<b>Cuadro 7.</b> Resumen e interpretación y análisis de resultados de oferta .....	32
<b>Cuadro 8</b> Planta turística .....	51
<b>Cuadro 9</b> Resumen de atractivos turísticos .....	51
<b>Cuadro 10</b> Proyecto de capacitación a comunidades .....	53
<b>Cuadro 11</b> Proyecto de capacitación a prestadores de servicio.....	54
<b>Cuadro 12</b> Proyecto de medidas de bioseguridad .....	55
<b>Cuadro 13</b> Proyecto de marketing y promoción.....	56

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	Matriz operacionalización de variables .....	24
<b>Tabla 2.</b>	Matriz de consistencia .....	25
<b>Tabla 3.</b>	Validación de expertos .....	26
<b>Tabla 4.</b>	Estadísticas de fiabilidad – facilidades turísticas .....	27
<b>Tabla 5.</b>	Estadísticas de fiabilidad – oferta .....	27
<b>Tabla 6.</b>	Comprobación de hipótesis general.....	35
<b>Tabla 7.</b>	Comprobación de hipótesis general-chi cuadrado.....	35
<b>Tabla 8.</b>	Comprobación de hipótesis específica servicios turísticos.....	36
<b>Tabla 9.</b>	Comprobación de hipótesis actividades turísticas .....	37
<b>Tabla 10.</b>	Comprobación de hipótesis instalaciones.....	38
<b>Tabla 11.</b>	Comprobación de hipótesis satisfacción.....	39
<b>Tabla 12.</b>	Características generales del territorio .....	49
<b>Tabla 13.</b>	Edad.....	74
<b>Tabla 14.</b>	Género .....	75
<b>Tabla 15.</b>	Nivel de educación .....	76
<b>Tabla 16.</b>	Control y gestión .....	77
<b>Tabla 17.</b>	Ordenanzas y resoluciones .....	78
<b>Tabla 18.</b>	Horarios de funcionamiento .....	79
<b>Tabla 19.</b>	Evaluación y cumplimiento .....	80
<b>Tabla 20.</b>	Diseño de proyectos turísticos.....	81
<b>Tabla 21.</b>	Promoción y difusión.....	82
<b>Tabla 22.</b>	Infraestructura habilitada.....	83
<b>Tabla 23.</b>	Protección y conservación.....	84
<b>Tabla 24.</b>	Participación conjunta .....	85
<b>Tabla 25.</b>	Conservación de senderos .....	86
<b>Tabla 26.</b>	Instrumento de evaluación.....	87
<b>Tabla 27.</b>	Responsabilidad en seguridad .....	88
<b>Tabla 28.</b>	Edad.....	89
<b>Tabla 29.</b>	Género .....	90
<b>Tabla 30.</b>	Nivel de educación .....	91
<b>Tabla 31.</b>	Alojamiento .....	92
<b>Tabla 32.</b>	Alimentación y bebidas .....	93
<b>Tabla 33.</b>	Transporte.....	94
<b>Tabla 34.</b>	Operación e intermediación turística.....	95
<b>Tabla 35.</b>	Actividades turísticas.....	96
<b>Tabla 36.</b>	Comercialización.....	97
<b>Tabla 37.</b>	Destino turístico.....	98
<b>Tabla 38.</b>	Recursos naturales .....	99
<b>Tabla 39.</b>	Recursos culturales .....	100
<b>Tabla 40.</b>	Infraestructura turística.....	101
<b>Tabla 41.</b>	Servicios básicos.....	102
<b>Tabla 42.</b>	Equipamiento turístico.....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Edad.....	74
<b>Gráfico 2.</b> Género .....	75
<b>Gráfico 3.</b> Nivel de educación .....	76
<b>Gráfico 4.</b> Control y gestión .....	77
<b>Gráfico 5.</b> Ordenanzas y resoluciones .....	78
<b>Gráfico 6.</b> Horarios de funcionamiento .....	79
<b>Gráfico 7.</b> Evaluación y cumplimiento.....	80
<b>Gráfico 8.</b> Diseño de proyectos turísticos.....	81
<b>Gráfico 9.</b> Promoción y difusión .....	82
<b>Gráfico 10.</b> Infraestructura habilitada.....	83
<b>Gráfico 11.</b> Protección y conservación.....	84
<b>Gráfico 12.</b> Participación conjunta .....	85
<b>Gráfico 13.</b> Conservación de senderos .....	86
<b>Gráfico 14.</b> Instrumento de evaluación.....	87
<b>Gráfico 15.</b> Responsabilidad en seguridad .....	88
<b>Gráfico 16.</b> Edad.....	89
<b>Gráfico 17.</b> Género .....	90
<b>Gráfico 18.</b> Nivel de educación .....	91
<b>Gráfico 19.</b> Alojamiento .....	92
<b>Gráfico 20.</b> Alimentación y bebidas .....	93
<b>Gráfico 21.</b> Transporte.....	94
<b>Gráfico 22.</b> Operación e intermediación turística.....	95
<b>Gráfico 23.</b> Actividades turísticas.....	96
<b>Gráfico 24.</b> Comercialización.....	97
<b>Gráfico 25.</b> Destino turístico.....	98
<b>Gráfico 26.</b> Recursos naturales .....	99
<b>Gráfico 27.</b> Recursos culturales .....	100
<b>Gráfico 28.</b> Infraestructura turística.....	101
<b>Gráfico 29.</b> Servicios básicos .....	102
<b>Gráfico 30.</b> Equipamiento turístico.....	103

## RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad analizar la influencia de las facilidades turísticas con la oferta del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, diseño metodológico transversal y no experimental, se aplicaron los tipos de investigación como: correlacional, descriptivo y explicativo, además de ello se utilizó la técnica encuesta y el instrumento el cuestionario para recabar datos de información., se realizó un muestreo por conveniencia para la variable independiente facilidades turísticas (principales autoridades y trabajadores de la unidad de turismo del GAD de la municipalidad de Pallatanga) y para la variable dependiente oferta (prestadores de servicio del cantón Pallatanga).

Con los datos obtenidos se utilizaron algunos métodos estadísticos como Alfa de Cronbach para verificar la confiabilidad de los instrumentos, así como el estadístico SPSS V25 que permitió realizar el análisis e interpretación de los resultados, a partir de ello se comprobó la hipótesis general y específicas mediante la herramienta estadística de chi cuadrado, concluyendo que no existe influencia significativa entre las facilidades turísticas y la oferta en el cantón Pallatanga, al igual que sus componentes; no obstante el diagnóstico situacional se evidencio que las facilidades turísticas existentes en el cantón son insuficientes lo cual crea un factor limitante para la actividad turística en el cantón, esto conlleva a escaso desarrollo del turismo, por ello se plantea la creación de un plan que será el apoyo para la recuperación turística, que permitirá impulsar al turismo y contribuir con su desarrollo.

**Palabras claves:** facilidades turísticas, oferta, servicios turísticos, actividades turísticas, instalaciones, satisfacción

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to analyze the influence of tourist facilities with the offer of the Pallatanga city of Chimborazo province. The methodology has a quantitative approach, cross-sectional and non-experimental methodological design, the types of research such as: correlational, descriptive and explanatory were applied, in addition to this, the survey technique and the questionnaire instrument were used to collect information data. a convenience sampling for the independent variable tourist facilities (main authorities and workers of the tourism unit of the GAD of the municipality of Pallatanga) and for the dependent variable supply (service providers of the Pallatanga city). With the data obtained, some statistical methods such as Cronbach's Alpha were used to verify the reliability of the instruments, as well as the SPSS V25 statistic that allowed the analysis and interpretation of the results, from which the general and specific hypotheses were verified by means of the chi-square statistical tool, concluding that there is no significant influence between tourist facilities and supply in the Pallatanga city, as well as its components; However, the situational diagnosis showed that the existing tourist facilities in the canton are insufficient, which creates a limiting factor for tourist activity in the city, this leads to little development of tourism, therefore the creation of a plan that will be support for tourism recovery, which will allow to promote tourism and contribute to its development.

**Keywords:** tourist facilities, offer, tourist services, tourist activities, facilities, satisfaction

**Reviewed by:**

Lcda. Diana Carolina Chávez Guzmán

**English Professor.**

c.c. 0650037955

## INTRODUCCIÓN

La Provincia de Chimborazo se encuentra situada en el centro sur del país, en una zona geográfica conocida como región interandina o sierra. Su capital administrativa es la ciudad de Riobamba, la cual es la urbe más grande y poblada. La provincia de Chimborazo ocupa un territorio de 5999 km<sup>2</sup> y está constituida por 10 cantones. Posee diversos atractivos turísticos, en los cuales se puede disfrutar de los diferentes ecosistemas que posee esta hermosa región.

El cantón Pallatanga, posee una enorme riqueza natural y cultural por su ubicación privilegiada, convirtiéndola en un sitio ideal para el desarrollo del turismo nacional e internacional. Los turistas que visitan el cantón Pallatanga consideran que la oferta presentada en cuanto a actividad turística es escasa. Por ello se identificó las causas de este problema como: el desconocimiento del manejo de los recursos turísticos por parte de la población, limitadas facilidades turísticas y deficiente manejo de los atractivos turísticos. Por esto es importante analizar ¿De qué manera influyen las facilidades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga?

Por consiguiente, el trabajo de investigación consta en el primer capítulo el análisis del planteamiento del problema, como base de la investigación se analiza aspectos importantes como la situación problemática, la justificación y los objetivos e hipótesis.

El segundo capítulo corresponde al marco teórico, permite la interpretación del problema de investigación, los antecedentes respaldan la investigación y fundamentación filosófica, mientras que el estado del arte se relaciona con el problema a investigar de tal manera que se determine cuál es su fundamentación.

El tercer capítulo consiste en la metodología de la investigación fue correlacional, descriptivo y explicativo, mientras que el diseño de la investigación fue no experimental y transversal, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, además se detalla la población y muestra que intervinieron en el proyecto de la investigación, los expertos que validaron las encuestas y la confiabilidad de instrumentos.

El cuarto capítulo corresponde a la interpretación de resultados y análisis obtenido mediante la aplicación de las encuestas en la presente investigación, esto permitió determinar la influencia que existe en la comprobación de hipótesis. Finalmente, se plantea las conclusiones y recomendaciones las mismas que nos direccionan a la ejecución de la propuesta.

## **CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Situación problemática**

La actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del mundo, de la misma manera en el Ecuador; gracias a su privilegiada ubicación geográfica, posee una gran variedad de recursos naturales y culturales, que lo posicionan como un impresionante destino turístico, cuenta con diversos atractivos turísticos en los cuales se puede disfrutar de los diferentes ecosistemas que posee el Ecuador.

Uno de los programas de gobierno denominado “plan toda una vida” busca cambiar la matriz de producción, aquí un papel importante para el turismo, actividad que busca desarrollarse de una manera sostenible para evitar una presión excesiva en espacios naturales de uso.

El turismo en la actualidad ha ganado un lugar importante demostrando un crecimiento constante y continuo, se ha convertido en una actividad que está al alcance de todos dada su variada oferta y facilidades turísticas, que presentan ejes muy importantes para el disfrute de atractivos turísticos de distinta cualidad.

El cantón Pallatanga es poseedor de características únicas, pues su ubicación geográfica entre la sierra y la costa ecuatoriana, ha logrado obtener especies naturales de gran valor conforme a la biodiversidad del sector se refiere, pues en el cantón se puede encontrar varias zonas (alta, media y baja). El presente trabajo de investigación, busca determinar si existe relación entre las facilidades turísticas y la oferta en el Cantón Pallatanga, y determinar si estas variables influyen en los visitantes para realizar actividades turísticas. La insuficiente oferta ha ocasionado que la actividad turística en el cantón Pallatanga sea escasa, dando un punto de inicio para diagnosticar las principales causas para que el turismo no surja son las insuficientes facilidades y escasos productos turísticos que posee el cantón. Por este motivo es necesario investigar alternativas que den soluciones, que involucren de forma directa con los habitantes en actividades turísticas, de esta manera se logrará mejorar la calidad de vida de los pobladores, incrementar el turismo el cual satisfaga las necesidades de los turistas en virtud de planificar adecuadamente el proceso de consolidación de una oferta de servicios turísticos que permitan la valoración del patrimonio natural, la conservación del medio ambiente, la generación de empleo en igualdad de oportunidades para el sector público, privado y comunitario.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo influyen las facilidades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

- ¿Cómo influyen los servicios turísticos en la oferta del Cantón Pallatanga?
- ¿Cómo influyen las instalaciones en la oferta del Cantón Pallatanga?
- ¿Cómo influyen las actividades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga?
- ¿Cómo influye la satisfacción en la oferta del Cantón Pallatanga?

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. Justificación teórica**

Esta investigación se realizó con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre las facilidades turísticas que necesita el cantón Pallatanga para ofertar productos turísticos y poder obtener buenos resultados, que podrán sistematizarse en una propuesta, que busca mejorar la oferta turística en el cantón lo cual contribuirá notablemente en el desarrollo social y económico del cantón. Además, tiene como objetivo analizar las diferentes formas actuales que se debería tomar en cuenta para generar oferta para la actividad turística y mejorar la calidad de vida.

### **1.3.2. Justificación práctica**

Esta investigación se realizó porque existe la necesidad de analizar las facilidades turísticas en la oferta del cantón Pallatanga, donde los beneficiarios directos serán los pobladores, visitantes, turistas, y a su vez la generación de productos turísticos que contribuya a la oferta. Al realizar esta investigación se pretende generar un nuevo proceso que será de utilidad para los habitantes de la zona tanto emprendedores, estudiantes, comerciantes, comunidad, etc.

### **1.3.3. Justificación metodológica**

Mediante la investigación metodológica se desarrolla en un enfoque cuantitativo y un diseño metodológico transversal y no experimental, además se aplicaron los tipos de investigación como el, correlacional, descriptivo y explicativo. Pretende analizar resultado de datos y proponer una nueva perspectiva de estudio de la problemática de la oferta del cantón Pallatanga en función de las facilidades turísticas. Para lograr los resultados de la investigación se emplean cuestionarios y encuestas para las respectivas variables de estudio, para lograr conocimiento acerca de las facilidades turísticas y oferta,

fue necesario el uso de diferentes fuentes de información como: bibliografías, documentos web, linkografías etc.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar cómo influyen las facilidades turísticas en la oferta del cantón Pallatanga

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Investigar cómo influyen los servicios turísticos en la oferta del cantón Pallatanga.
- Investigar cómo las instalaciones influyen en la oferta del cantón Pallatanga.
- Investigar cómo influyen las actividades turísticas en la oferta del cantón Pallatanga.
- Investigar cómo influye la satisfacción en la oferta del cantón Pallatanga.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis general**

$H_1$  Las facilidades turísticas influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga.

$H_0$  Las facilidades turísticas no influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga.

### **1.5.2. Hipótesis específicas**

- $H_1$  Los servicios turísticos influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga
- $H_0$  Los servicios turísticos no influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga.
- $H_1$  Las instalaciones influyen significativamente en la oferta del cantón Pallatanga.
- $H_0$  Las instalaciones no influyen significativamente en la oferta del cantón Pallatanga.
- $H_1$  Las actividades turísticas influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga.
- $H_0$  Las actividades turísticas no influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga.
- $H_1$  La satisfacción influye significativamente oferta turística del cantón Pallatanga.

- $H_0$  La satisfacción no influye significativamente oferta turística del cantón Pallatanga.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

Como preámbulo para el desarrollo del presente proyecto de investigación se realizó un análisis de información secundaria citada en fuentes bibliográficas que permiten fundamentar el presente documento y la totalidad de la investigación.

(Gorotiza, 2017) en su investigación “LAS FACILIDADES TURÍSTICAS COMO FACTOR CONDICIONANTE DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNA SAN PABLO, CANTÓN SANTA ELENA” previo a la obtención del título de ingeniero en gestión y desarrollo turístico. Menciona lo siguiente: “El estudio hace énfasis en la importancia que tienen las facilidades turísticas para el desarrollo del turismo y por ende el desarrollo de las comunidades receptoras, ya que si se cuenta con dichas facilidades el turista se sentirá más complacido en visitar a la comunidad, y éste a su vez será un medio de promoción para otras personas. Además, el trabajo realizado permitirá a los entes involucrados en el turismo a entender cuán significativo es mantener un adecuado desarrollo turístico en la comunidad, ya que el mismo hace énfasis en la importancia de conservar el ambiente al momento de realizar las diversas actividades turísticas que se practiquen en el destino” (Gorotiza, 2017).

La investigación por (Silva, 2017) quien realizo la investigación “CIRCUITO TURÍSTICO PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”. Previo al “Trabajo de grado la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera” en la Universidad Nacional de Chimborazo. Manifestó que: “El diagnóstico situacional del cantón determinó que la planta turística que opera en el cantón necesita ser incluida dentro de un sistema planificado y articulado junto con los demás componentes turísticos existentes en el cantón” (Silva, 2017).

La investigación por (Realpe, 2015) “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”. Previa a la obtención del título de ingeniería en turismo y preservación ambiental, en la Universidad Técnica Equinoccial. Manifiesta que “ Pallatanga cuenta con un importante potencial turístico identificándose a veintiuno de ellos, que se potencializan gracias a la ubicación geográfica del cantón que posibilita la existencia de cinco zonas de vida, que presentan un paisaje atractivo que va desde los más fríos páramos hasta un ambiente subtropical, a este hecho se suma el mantenimiento de prácticas culturales propias como la gastronomía típica que se la puede encontrar al filo de la carretera, pero es importante recalcar que esta

es una de las principales desventajas ya que Pallatanga por este motivo solo es considerado como un sitio de paso y no como un destino turístico” (Realpe, 2015).

En la investigación de (Quintana, 2014) con el tema de investigación “EL TURISMO DE AVENTURA Y LA CICLO RUTA EN LAS COMUNIDADES YAHUARCOCHAY SAN JORGE BAJO”. Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Gerencia de Proyectos de Ecoturismo. Establece lo siguiente: “Las medidas tomadas por sectores que buscan promocionar el turismo en el Cantón Pallatanga no son suficientes si no se genera proyectos que brinden facilidades al turista para sus visitas” (Quintana, 2014).

(Gutiérrez, 2005) en la investigación “ESTUDIO DE LA IMAGEN DE DESTINO TURÍSTICO Y EL PROCESO GLOBAL DE SATISFACCIÓN: ADOPCIÓN DE UN ENFOQUE INTEGRADOR” Previo al doctorado del Departamento de Administración de Empresas en la Universidad de Cantabria. Manifestó que: “La naturaleza y la formación de la imagen de destino turístico comparten especial relevancia en este trabajo al ser dos temas que requieren todavía una mayor exploración. Respecto al primero, diversos trabajos recientes postulan y/o evidencian que la imagen de destino está compuesta por varias dimensiones cognitivas y afectivas. Por tanto, el análisis de la imagen debe contemplar tanto las evaluaciones cognitivas como los sentimientos del individuo hacia el destino turístico” (Gutiérrez, 2005).

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

### **2.2.1 Epistemología de facilidades turísticas**

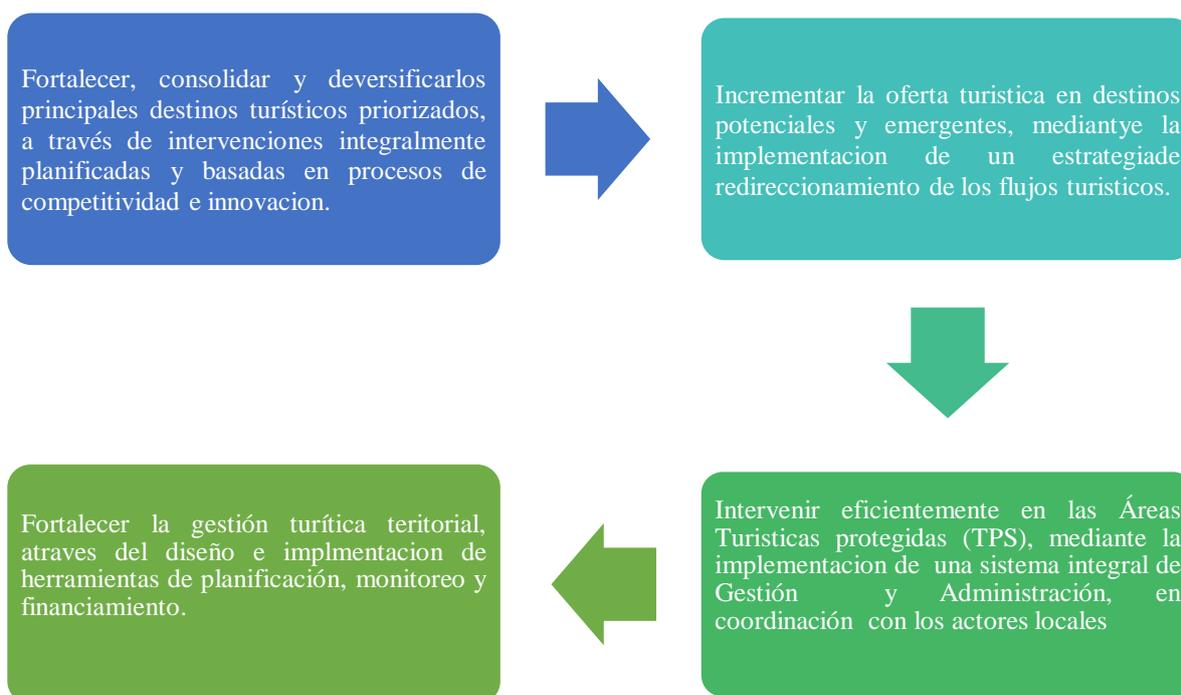
Muchos países han dedicado sus esfuerzos para plantearse facilidades turísticas como claves para la calidad y ofrecimiento de los productos turísticos. En este sentido, es importante destacar que el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR) busca consolidar al turismo sostenible como uno de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

Para Sammarchi (2001), 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.

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

**Figura 1.** Directrices para el fortalecimiento de las facilidades turísticas en Ecuador.



**Fuente:** Nasimba & Cejas, adaptado a partir de lo propuesto por el Ministerio de Turismo de Ecuador.  
**Elaboración propia**

El esquema de la Figura 1, va en la línea del Programa Nacional de Destinos Turísticos de Excelencia, el cual pretende potenciar competitivamente la oferta turística del Ecuador a través de la consolidación y desarrollo de rutas, circuitos, destinos y atractivos turísticos priorizados, a fin de contribuir con la excelencia para el sector turístico permitiendo ofrecer a la vez mayores facilidades.

Resulta importante destacar que no solo los componentes establecidos son esenciales, existen otros que también contribuyen a las facilidades del turismo que determinan inclusive su nivel de factibilidad en el uso y manejo de un producto turístico.

### **2.2.2. Epistemología de oferta**

La oferta turística es la cantidad de bienes o servicios que ingresan al mercado con un precio y durante un periodo de tiempo determinado para ser consumido; cabe recalcar que en realidad no existen bienes estrictamente turísticos, ya que estos no pueden ser comprados por los turistas, lo que se hace es arrendarlos. Está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el Sistema Turístico (Bullón, 2006).

Según (Segittur, 2013), La oferta turística se compone por:

1. Recursos turísticos: son los atractivos turísticos que posee y se utilizan en un determinado destino, además se convierten en la motivación primordial de la visita de los turistas, pueden ser naturales, histórico-monumentales, culturales o folclóricos.
2. Infraestructuras: son los elementos físicos que posee un destino y son imprescindibles para el desarrollo de la actividad turística, son de orden público o privado como por ejemplo las carreteras, y alcantarillado.
3. Empresas turísticas: son aquellas que proporcionan y facilitan los servicios requeridos por el turista, de forma directa, para cumplir con sus necesidades; como por ejemplo el alojamiento, restauración y el servicio de transporte.
4. Oferta complementaria: son servicios adicionales, no contemplados anteriormente, como por ejemplo los teatros, instalaciones deportivas, bares, entre otros.

#### **Características de la oferta**

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

Con lo mencionado anteriormente se puede concluir que la oferta turística está compuesta de bienes y servicios que se ofrecen en un lugar determinado, pero estos bienes no pueden ser adquiridos por los turistas sino más bien se los arrienda por un determinado tiempo para satisfacer sus necesidades; la oferta turística está constituida por el patrimonio Turístico: atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y súper estructura turística.

## 2.3 Estado del arte

### 2.3.1 Estado del arte variable independiente: facilidades turísticas

**Cuadro 1.** Estado del arte: facilidades turísticas

AUTOR	AÑO	TITULO	TIPO	ASPECTOS DESARROLLADOS
Cristina Nasimba y Magda f. Cejas	M. 2015	Diseño de productos turísticos y sus facilidades.	Artículo Científico	“El 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 a la vez procurando satisfacción de la demanda turística, aprovechando las ventajas competitivas y elementos de unicidad del país; por ello, promueve la inversión en facilidades turísticas con la finalidad de potencializar las condiciones de la oferta turística nacional, fomentando el desarrollo local para generar oportunidades equitativas en el marco del Buen Vivir” ( Ministerio del Turismo).
Blanca Henche	García 2015	Características diferenciales del producto turismo rural.	Artículo Científico	“Los productos turísticos se componen de Facilidades turísticas como; servicios básicos (alojamiento y alimentación) y unos servicios complementarios, que aportan carácter y calidad, es decir, valor añadido y, por tanto, diferenciación. Además, los productos de turismo rural necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados en el entorno, comercios donde encontrar artesanía y productos de la tierra, restauración basada en la gastronomía local, servicios de actividades complementarias y una adecuada señalización”.
Shaadi Rodríguez, Rosa María Angélica; Pulido Fernández, Juan Ignacio; Rodríguez Herrera, Ismael Manuel	2017	El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes.	Artículo Científico	“El producto turístico también considera aspectos importantes como son: 1. Atractivos: naturales, artificiales, humanos. 2. Facilidades: alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y diversión, agencias de viajes, arrendadoras de carros, capacitación y otros. 3. Accesibilidad: marítimo, terrestre, aéreo. Aun cuando este esquema presenta una conformación muy llana del producto turístico, la representación muestra que pueden realizarse variadas combinaciones de los aspectos identificados, al sumarse aquellos que sean necesarios para integrar el producto turístico requerido”.

Baño Vera Evelyn Vanessa	2018	Propuesta de adecuación de facilidades turísticas en el sector inga corral de la asociación loma urco, parroquia el chaupi, mejía.	Tesis	“Las Facilidades turísticas permiten la satisfacción del turista durante su estadía en el lugar de visita; la Alimentación es un factor determinante, la variación de los alimentos regionales y un mínimo de comida internacional para turistas especiales; es importante que los desayunos sean servidos muy temprano porque así los turistas podrán disfrutar de los espectáculos naturales, los alimentos de preferencia deberán ser biodegradables”.
Arriaga Segura Alicia Anneth	2019	Análisis de la situación actual de la playa varadero para el diseño de facilidades turísticas.	Tesis	“Son los elementos que complementan al atractivo, como su nombre lo indica son las que facilitan la permanecía del turista y haciendo de su estancia un momento agradable y placentero. Por lo tanto, el destino debe proveer al turista de las instalaciones de alojamiento, alimentación, diversión, y otros servicios complementarios que vayan acorde a las necesidades del turista”.

---

### Elaboración propia

### 2.3.2 Estado del arte variable dependiente: oferta

**Cuadro 2.** Estado del arte: oferta

AUTOR	AÑO	TITULO	TIPO	ASPECTOS DESARROLLADOS
	2015			
Escalona-Ulloa, Miguel; Peña Cortés, Fernando; Hiriarte Llanos, Rodrigo		Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile.	Artículo Científico	“La oferta turística está integrada por tres componentes básicos: los atractivos y actividades turísticas; la planta turística y la infraestructura turística. Junto con ello se realizaron visitas en la totalidad de las comunas con el objetivo de incluir la mayor cantidad de atractivos e instalaciones que permitan albergar las actividades que se desarrollan en torno al turismo”.
Ángel Guillermo Félix Mendoz Neme Yamil Doumet Chilán	2016	Patrimonio cultural como nueva oferta turística en el cantón Portoviejo Ecuador.	Artículo Científico	“La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.” Estos elementos tangibles e intangibles tienen que estar bajo los parámetros de la planificación.

---

Ana Lucía Serrano	2017	Indicadores turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador.	Artículo Científico	“La oferta turística son los bienes y sus satisfactores que se encuentran en el lugar a donde los consumidores se desplazan, donde se desarrolla la actividad turística, y que influye directamente en sus preferencias y selección del destino”.
Elena Villafuerte Pucha				
Gomez Molina Jenny Bel	2018	Oferta turística de las agencias de viajes formales y agencias de viajes informales en la ciudad de Huaraz 2018.	Tesis	“Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que se otorga al turista en un determinado destino por motivo de diversión y consumo, en un destino turístico, la oferta y la demanda se componen de productos turísticos, conjuntamente integrados por productos, servicios turísticos y los no turísticos”.
Saldaña Salas Jazmin Katheryne				
Br. Alvarado Muñoz Liz	2019	Oferta turística y barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos, distrito de Tarapoto.	Tesis	“La oferta turística está integrada por los elementos que atraen al visitante de un destino determinado y que pretenden satisfacer sus necesidades. Se debe tener en cuenta que la evaluación de los recursos, servicios y equipamiento y los instrumentos institucionales y empresariales sobre los que se desarrollan permitirá en suma implementar desde la base del conocimiento, imaginación y planificación del producto turístico”.

---

#### Elaboración propia

### 2.4. Bases teóricas

#### 2.4.1. Marco teórico variable independiente: facilidades turísticas

A continuación, se representa las bases teóricas que sustentan la investigación, primero describe conceptualmente el ámbito de las facilidades turísticas en el que detalla sus características y sus componentes

##### 2.4.1.1 Facilidades turísticas

Es el complemento de bienes y servicios necesarios para el impulso de la actividad turística que incluye elementos como: instalaciones, equipamiento y servicios complementarios, que tiene como propósito satisfacer las exigencias de los turistas (Ministerio de turismo, 2004).

Forman parte del conjunto de instalaciones y servicios propuestos a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que los entretenimientos, amenidades, y servicios complementarios para el turista que funcionan en forma armónica y coordinada (Parra, 2011).

Las facilidades turísticas es aquel grupo de bienes y prestaciones de alojamiento, restauración, entretenimiento e intermediación, cuya funcionalidad es realizar la actividad

turística. También las instalaciones y los servicios complementarios que satisfacen las necesidades de los turistas también se denominan como planta turística (Solis & Ruiz , 2007).

Las facilidades turísticas son aquellos bienes y servicios que complementan los atractivos turísticos destinados a proporcionar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades y servicios complementarios para el turista, permitiendo la permanencia y el disfrute de una estancia agradable (Duran , 2013).

#### **2.4.1.2 Servicios turísticos**

Es aquel conjunto de interacciones humanas que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios como: transporte, hospedaje, alimentación, distracción, compras, deportes etc. Como una forma de satisfacer estas necesidades surgen los servicios turísticos (Ramírez, 2017).

#### **2.4.1.3 Actividades turísticas**

Son aquellas actividades que generan productos característicos del turismo, es decir son las actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se ejecutan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos (OMT, 2015).

#### **2.4.1.4 Instalaciones turísticas**

Se denomina a todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya finalidad es proporcionar al turista satisfacción en el consumo de actividades netamente turísticas conjuntamente con los atractivos turísticos constituyen la “materia prima” que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere, (Bullón, 2006).

#### **2.4.1.5. Satisfacción**

Se determina como el carácter favorable de la evaluación personal del individuo, de los diversos resultados y experiencias asociadas con la compra o utilización del producto. Es decir, comprende como una valoración de un producto y/o la experiencia del consumo (Bigné & Andreu, 2004).

#### **2.4.1.5 Gestión y control**

Gestión es el proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, basados en conocimientos específicos en un bien o servicio, cuya finalidad es lograr la aplicación de estrategias que aseguren la experiencia satisfactoria del visitante de manera ejecutiva en la toma de decisiones sobre todos los aspectos procedentes del desarrollo turístico (Garcia N. , 2017).

Controlar es aquella acción que consiste en medir, valorar y evaluar la planeación, organización, integración y dirección, con la finalidad de corregir y retroalimentar las acciones para alcanzar lo que pretende la empresa” (Luna , 2014).

#### **2.4.1.6 Ordenanzas y resoluciones**

Ordenanza municipal a toda normativa creada y emitida por el Concejo Municipal de un Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), y que está relacionada a temas de interés general para la población, cuya aplicación y cumplimiento es de carácter obligatorio para los ciudadanos de un cantón” (David , 2019).

Resolución consiste en una orden escrita dictada por el jefe de un servicio público que tiene carácter general, obligatorio y permanente, y se refiere al ámbito de competencia del servicio. Se efectúan para cumplir las funciones que la ley encomienda a cada servicio público, alcanza a todo aquello que complementa, desarrolla o detalla a la ley en la esfera de competencia del servicio público ( Pérez, 2013).

#### **2.4.1.7 Horarios de funcionamiento**

Aquella autorización que toda empresa rodeada en la actividad turística debe acogerse, es otorgado por la autoridad nacional competente cuyo propósito es encargarse de la vigilancia y control del cumplimiento de los horarios establecidos en las disposiciones anteriores, así como de la aplicación de sanciones, sin perjuicio de las que corresponda imponer a otras autoridades (MINTUR, 2016).

#### **2.4.1.8 Normativa de actividades turísticas**

Es aquel instrumento normativo que regula la actividad turística en el país, tiene como objetivo determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo, las obligaciones y derechos de los prestadores de servicio y de los usuarios (MINTUR, 2014).

#### **2.4.1.9 Proyectos turísticos**

Es un conjunto de actividades relacionadas entre sí, cuyo fin es motivar determinados bienes y servicios, idóneos para satisfacer necesidades y solucionar problemas, dentro de los límites de un presupuesto y un periodo de tiempo (Álvarez , 2018).

#### **2.4.1.10 Publicidad y difusión**

La publicidad es una herramienta que promueve ideas, organizaciones o productos que pueden ser transmitidos por los medios de comunicación habituales como: medios de transmisión por televisión, radio, impresos (diarios y revistas), y en la actualidad se utiliza el internet conjuntamente con las redes sociales. (Stanton, W , Etzel, M., Walker, B. , & J., Báez, 2004).

Difusión es la acción de promover un lugar como destino cuya finalidad es el surgimiento y el desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de la actividad turística (Castillo & Castaño, 2014).

#### **2.4.1.11 Puntos de información turística**

Denominadas aquellas áreas que brindan a los turistas información sobre los destinos turísticos, recomendación y orientación con el fin de que su visita al país sea satisfactoria y segura de manera gratuita (MINTUR, 2015).

#### **2.4.1.12 Estado de conservación de atractivos**

El estado de conservación del atractivo y del entorno (ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo), hace referencia al grado de integridad física en que se encuentran los mismos desde el punto de vista de su situación original o inicial o a partir de las posibles acciones del hombre o la naturaleza. (MINTUR, 2018).

#### **2.4.1.13 Construcciones de facilitación turística**

Se considera a toda construcción de complemento y apoyo que posibilita la visitación en el atractivo con el fin de reforzar la experiencia turística implica categorías como: de apoyo a la gestión turística, de observación y vigilancia, de recorrido y descanso y de servicio (MINTUR, 2018).

#### **2.4.1.14 Senderos habilitados**

Los senderos son rutas de acceso o viaje naturales o 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. Permite unir puntos opuestos, para ser atravesados (siempre, ocasional o potencialmente) por el visitante ya sea a pie o en algún tipo de transporte ligero cuyo fin específico es la comunicación y la observación del medio natural o cultural local de donde se ubique (MINTUR, 2018).

#### **2.4.1.15 Calidad de servicio**

La calidad en los servicios es aquel nivel de excelencia que la empresa ha decidido alcanzar para satisfacer a sus clientes. Tiene como objetivo establecer la satisfacción del cliente antes, durante y después del servicio. (Vértice S. , 2008).

#### **2.4.1.16 Seguridad**

La seguridad en el turismo entendemos a la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica del turista, de los prestadores de servicio, de las comunidades. La seguridad se ha convertido en un eje principal en el mejoramiento en el servicio, esto sin duda es un beneficio directo obtenido por dicha acción que ayudará

a mejorar el servicio que integran el mundo turístico para maximizar la experiencia (Vargas , 2018).

#### **2.4.2 Marco teórico variable dependiente: oferta**

Por consiguiente, se describe conceptualmente la oferta turística y los elementos que la integran, permitiendo formular una base para el desarrollo de la investigación.

##### **2.4.2.1 Oferta**

Es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por las empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elementos de atracción, hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante (Olmos Juárez & Garcia Cebrián, 2011).

Oferta turística es aquel conjunto de productos y servicios agrupados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen un determinado valor o atractivo turístico, cuya finalidad es dotar de servicios, atractivos, planta turística e infraestructura y productos turísticos para ser consumido por los turistas (Ruiz B. H., 2017).

La oferta es puesta a disposición de la demanda turística representa una integración por el conjunto de bienes y servicios, recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de modo que sean aprovechados por el mercado y se localizan en un determinado sitio a precios establecidos. Incluye los bienes y servicios que son exclusivamente turísticos como alojamientos, transportes y agencias de viajes por otro lado tenemos a la oferta complementaria que está constituida por bienes y servicios que sin ser netamente turísticos son demandados por los visitantes como el ocio, deportes y comercio. (Sancho, 2011)

La oferta turística está compuesta por el conjunto de servicios y de compañías turísticas que está establecida por la singularidad propia de los productos que se intercambian en los mercados turísticos para que se adquiera, se use y se consuma (Vértice E. , 2008).

La oferta turística comprende de bienes, servicios, recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles para la utilización en el mercado o consumido por turistas (Segittur, 2013).

##### **2.4.2.2 Servicios turísticos**

Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas, están relacionado en la actividad que desarrolla un individuo cuando con fines de ocio, descanso u otro, se traslada a un lugar distinto al que se encuentra habitualmente y pernocta allí ( Pérez & Gardey, Definicones, turismo, 2014).

### **2.4.2.3 Productos turísticos**

El producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados e implementados de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas que, de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes. Se desarrollan en torno a un atractivo turístico, deben contar con componentes, servicios o espacios, que complementen la experiencia de visita, facilitando el acceso al sitio, el desarrollo de actividades, acceso a servicios de alimentación y compra de recuerdos, todos estos servicios integrados que brinden la mayor satisfacción y cumplimiento de expectativas de los visitantes en un solo espacio (MINTUR, 2019).

### **2.4.2.4 Recursos turísticos**

Conjunto de elementos naturales o culturales que tienen características destacadas, y que pueden ser transformados en productos a través de un proceso, donde la finalidad es la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, generando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes (MINTUR, 2019).

### **2.4.2.5 Infraestructura**

Aquellas instalaciones, obras y servicios de apoyo al aparato productivo turístico, necesario para facilitar los servicios y productos para los visitantes, ejemplo; vías de acceso, puentes, energía (Guerrero & Ramos, 2014).

### **2.4.2.6 Alojamiento**

Actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, determinados en el presente en el reglamento de alojamiento turístico (MINTUR, Turismo.gob.ec, 2015).

### **2.4.2.7 Alimentación y bebidas**

Se denomina al servicio de alimentos y bebidas, permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo y que cumplan con los parámetros determinados en el presente reglamento y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo. Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasifican en: cafetería, bar, restaurante, discoteca, establecimiento móvil, plazas de comida, servicio de Catering. (MINTUR, 2018).

#### **2.4.2.8 Transporte**

Se considera como transporte a la movilización de personas por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) como un elemento esencial en el producto turístico porque representa el medio para el desplazamiento y transporte de turistas o excursionistas, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes (MINTUR, 2014).

#### **2.4.2.9 Operación e intermediación**

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas mediante las modalidades turísticas. Se la realizará a través de agencias de viajes operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de modalidades turísticas (MINTUR, 2014).

La intermediación turística es aquello que opera en el sistema de distribución turística se consideran: agencias de viajes, tour-operadores, sistemas globales de distribución y centrales de reservas ( Vallespín & Molinillo, 2014).

#### **2.4.2.10 Actividades turísticas**

Las actividades turísticas tienen como función principal orientar al turista la posibilidad de ocupar su tiempo que dura su viaje en un lugar fuera de su área tradicional de actividades de ocio y/o vacacional, (Montero, 2004).

#### **2.4.2.11 Comercialización**

Es la actividad que permite identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia. La finalidad de la comercialización es crear lealtad de cliente para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio (OIT, 2016).

#### **2.4.2.12 Destino turístico**

Es una zona física en el que un visitante puede pernoctar, definida también como una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino reúne a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado. (OMT, 2007)

#### **2.4.2.13 Recurso natural**

Para (Garcia A. , 2016). Son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viable que sean visitados por turistas. No pueden ser creados por el hombre, pero si pueden ser modificados.

#### **2.4.2.14 Recurso cultural**

Son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo. A diferencia de los naturales, estos son creados por el hombre y pueden ser históricos o contemporáneas. Se dividen en: atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneos comerciales (Garcia A. , 2016).

#### **2.4.2.15 Calidad de infraestructura**

La infraestructura turística se concreta como el conjunto de edificaciones establecidas en una comunidad o ciudad relacionadas con el turismo, como; hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viajes. La calidad en la infraestructura son aquellas características inherentes de un producto, sistema o proceso para cumplir los requisitos de los clientes y de otras partes interesadas. (Guerrero & Ramos, 2014).

#### **2.4.2.16 Equipamiento turístico**

El equipamiento contiene todos los establecimientos gobernados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos. Son los que comprenden parte de los servicios directamente vinculados con el desarrollo de las actividades turísticas (Bullón, 2006, pág. 42).

#### **2.4.2.17 Servicios básicos**

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

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y diseño de la investigación**

La información que se recolectó en esta etapa que requiere la investigación fue brindada por la población estudiada que son las autoridades y encargados de las actividades turísticas del cantón y por los prestadores de servicios del mismo.

La investigación se desarrolla en un enfoque cuantitativo y un diseño metodológico transversal y no experimental, además se aplicaron los tipos de investigación como el, correlacional, descriptivo y explicativo.

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

Los diferentes tipos de investigación tienen alcances metodológicos ligados profundamente con el diseño metodológico siendo así secuencias y cumplen con una función determinada para arrojar datos que defiendan la investigación.

##### **3.1.1.1 Investigación correlacional**

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables (Sampieri, 2014).

La investigación es correlacional pues su utilidad permite analizar la relación o influencia de las variables Independiente en la Dependiente. Además, es te tipo de investigación permite aplicar la comparación de hipótesis después de la aplicación de modelos estadísticos como Excel y SPSS.

##### **3.1.1.2. Investigación descriptiva**

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Morales, 2012).

Este tipo de investigación se aplica en el análisis de las encuestas, puesto que se estudia la realidad de un fenómeno, además con los resultados arrojados estamos en la capacidad de plantear la propuesta de la investigación con seguridad.

### **3.1.1.3 Investigación explicativa**

Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de las relaciones causa- efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen en nivel más profundo de conocimientos (Arias , 2012)

Mediante este tipo de investigación el objetivo encontrar la problemática tomando en cuenta el fenómeno de estudio, utilizando de manera más específica conociendo la causa y efecto que manifiesta el porqué de un hecho.

### **3.1.2 Diseño de la investigación**

#### **3.1.2.1 Diseño no experimental**

Se utilizó el diseño de investigación no experimental por el motivo que “los estudios que se realizan con este diseño se ejecutan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Sampieri, 2014).

#### **3.1.2.2 Diseño de investigación transversal**

“La investigación es transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único” (Liu & Tucker, 2004)

La investigación es de carácter no experimental de diseño transversal, porque observa y analiza los fenómenos en su estado natural y determina si la variable facilidades turísticas y la variable oferta están correlacionadas, luego de la toma de datos en un solo momento.

#### **3.1.2.3 Muestreo no probabilístico**

##### **3.1.2.3.1 Muestreo no probabilístico por conveniencia**

Se utilizó este tipo de muestreo porque es una técnica que es comúnmente usada, la cual consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible, por esta razón se selecciona a los individuos empleados en la investigación porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés. Se selecciona en base a los conocimientos de la población quienes deben formar parte de la investigación debido a que se pueden observar hábitos, puntos de vista y opiniones de manera más fácil.

### **3.2 Unidad de análisis**

**3.2.1 Variable independiente:** Para el diagnóstico de Facilidades Turísticas la unidad de análisis son las principales autoridades y trabajadores de la unidad de turismo del GAD de la municipalidad de Pallatanga amparados bajo la LOSEP.

**3.2.2 Variable dependiente:** Para el diagnóstico de la oferta la unidad de análisis corresponde a los prestadores de servicio que se encuentran en el catastro del Ministerio de Turismo.

### 3.3 Población de estudio

**Cuadro 3.** Población de estudio

<b>GRUPO</b>	<b>NÚMERO</b>
Personal del GAD de la Municipalidad de Pallatanga.	76
Prestadores de servicios del cantón Pallatanga catastrados en el Ministerio de Turismo.	10
<b>TOTAL</b>	<b>86</b>

**Elaboración propia**

### 3.4 Tamaño de muestra

#### 3.4.1 Variable independiente: facilidades turísticas

La variable facilidades turísticas está compuesta por las principales autoridades y trabajadores de la unidad de turismo del GAD de la municipalidad de Pallatanga, distribuidos de la siguiente manera:

- 12 autoridades principales
- 2 trabajadores que conforman la unidad de turismo.

En total el tamaño de la muestra de estudio de la variable independiente es de 14 personas.

#### 3.4.2. Variable dependiente: oferta

La variable oferta está compuesta por los prestadores de servicio que reabrieron ante la emergencia sanitaria.

**Cuadro 4** Prestadores de servicio

<b>N.º</b>	<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	<b>NÚMERO DE REGISTRO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>
1	Di Carlo	0608501150	Alimentos y bebidas	Restaurante
2	Hostería el valle	HPLLAJ00000130	Alojamiento	Hostería
3	La posada de flor	HPLLAJ00002907	Alojamiento	Hostal
4	Le coco	0608501527	alimentos y bebidas	Bar
5	Milliguayco	0608501002	Alojamiento	Hostería
6	Minimarket Lizbeth	0608501193	Alimentos y bebidas	Cafetería
7	Paradero el chinito	0608500434	Alimentos y bebidas	Restaurante

**Fuente:** MINTUR  
**Elaboración propia**

### **3.5 Selección de la muestra**

#### **3.5.1 Variable independiente:** facilidades turísticas

Para obtener el tamaño de la muestra de la variable facilidades turísticas se utilizó el tipo de muestreo por conveniencia por lo cual se seleccionó a las principales autoridades y expertos conocedores de la actividad turística en el cantón Pallatanga dando como resultado un total de 20 personas encuestadas.

#### **3.5.2 Variable dependiente:** oferta

Para obtener el tamaño de la muestra de la variable oferta se utilizó el tipo de muestreo por conveniencia seleccionando a los prestadores de servicio que reabrieron ante la emergencia sanitaria y habitantes de alrededores conocedores de los servicios que ofrecen los prestadores de servicios dando como resultado un total de 20 personas encuestadas.

### 3.6 Operacionalización de variables

**Tabla 1.** Matriz operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> <b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p> <p>Son aquellos bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad turística, incluyendo las instalaciones, equipamiento y servicios complementarios; tiene como finalidad, satisfacer los requerimientos de los turistas (Ministerio de turismo, 2004).</p>	Servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control y gestión de servidores turísticos</li> <li>Ordenanzas y resoluciones</li> <li>Horarios de funcionamiento</li> </ul>	Tipo de investigación correlacional, descriptivo, explicativo
	Actividades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Normativa de actividades Turísticas</li> <li>Proyectos turísticos</li> <li>Publicidad y difusión</li> </ul>	Encuesta Cuestionario
	Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puntos de información turística</li> <li>Estado de conservación de Atractivos turísticos</li> <li>Construcciones de facilitación turística</li> <li>Número de Senderos habilitados</li> </ul>	
	Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calidad de servicio</li> <li>Seguridad</li> </ul>	
<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> <b>OFERTA TURÍSTICA</b></p> <p>Es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por las empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elementos de atracción, hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante (García &amp; Olmos, 2011).</p>	Servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alojamiento</li> <li>Alimentación y bebidas</li> <li>Transporte</li> <li>Operación e intermediación</li> </ul>	Tipo de investigación correlacional, descriptivo, explicativo
	Productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actividades turísticas</li> <li>Comercialización</li> <li>Destino turístico</li> </ul>	Encuesta Cuestionario
	Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso natural</li> <li>Recurso cultural</li> </ul>	
	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calidad de infraestructura</li> <li>Equipamiento turístico</li> <li>Servicios básicos</li> </ul>	

Elaboración propia

### 3.7 Matriz de consistencia

**Tabla 2.** Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN
¿Cómo influyen las facilidades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga?	Analizar de qué manera influyen las facilidades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga	Las facilidades turísticas influyen significativamente en la oferta turística del Cantón Pallatanga.	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>  <b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p> <p>Son aquellos bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad turística, incluyendo las instalaciones, equipamiento y servicios complementarios; tiene como finalidad, satisfacer los requerimientos de los turistas. (Ministerio de Turismo, 2004).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios turísticos</li> <li>• Actividades turísticas</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Nivel de satisfacción</li> </ul>
¿Cómo influyen los servicios turísticos en la oferta del Cantón Pallatanga?	Analizar de qué manera influyen los servicios en la oferta del Cantón Pallatanga	Los servicios turísticos influyen significativamente en la oferta turística del Cantón Pallatanga	<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  <b>OFERTA TURÍSTICA</b></p> <p>Es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por las empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elementos de atracción, hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante (García &amp; Olmos, 2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios turísticos</li> <li>• Productos turísticos</li> <li>• Recursos Turísticos</li> <li>• Infraestructura</li> </ul>
¿Cómo influyen las actividades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga?	Analizar de qué manera influye las actividades turísticas en la oferta del Cantón Pallatanga	Las actividades turísticas influyen significativamente en la oferta turística del Cantón Pallatanga		
¿Cómo influyen las instalaciones en la oferta del Cantón Pallatanga?	Analizar de qué manera las instalaciones influyen en la oferta del Cantón Pallatanga	Las instalaciones influyen significativamente en la oferta del Cantón Pallatanga		
¿Cómo influye el nivel de satisfacción en la oferta del Cantón Pallatanga?	Analizar de qué manera influye la satisfacción en la oferta del Cantón Pallatanga.	La satisfacción influye significativamente en la oferta turística del Cantón Pallatanga.		

Elaboración propia

### 3.8 Técnicas e instrumentos de la investigación

#### 3.8.1 Técnicas

Desde el punto de vista y el grado de objetividad es necesario recopilar información y datos útiles para el estudio del proyecto, y es por ello que se utilizará la siguiente técnica de investigación:

**Encuestas:** Dirigida a las principales autoridades y trabajadores del GAD cantonal de Pallatanga y prestadores de servicios turísticos del cantón Pallatanga quienes aportaran a la investigación con la información brindada lo cual ayudara a establecer estrategias para fortalecer las debilidades existentes.

Se utilizaron dos cuestionarios uno para cada variable, que consta de 12 preguntas claves con una escala de medición Likert donde: 1= Nada Satisfactorio, 2= Poco Satisfactorio, 3=Regular, 4=Satisfactorio y 5= Muy Satisfactorio.

#### 3.8.2. Instrumentos

**Cuestionario:** se aplicó un cuestionario para cada variable, los cuales contienen información específica e información general. La variable independiente: está compuesta por 4 dimensiones con 12 indicadores, y la variable dependiente está compuesta por 4 dimensiones con 12 indicadores, los cuáles sirvieron para construir los ítems de los cuestionarios.

Para el procesamiento de datos se utilizó los programas Microsoft Excel Versión 2013 y el programa estadístico IBM SPSS Statistics 25

### 3.9 Validez de instrumentos

Del cuestionario aplicado con base en las dimensiones de las variables objeto del presente estudio, se realizó con anterioridad la selección de expertos los mismos quienes fueron elegidos de acuerdo a experiencia, perfil acorde al tema de investigación, los cuales se les detalla a continuación:

**Tabla 3.** Validación de expertos

N.º	EXPERTOS	CARGO
1	Dr. Luis Quevedo	Docente Universidad Nacional de Chimborazo
2	Dr. Víctor Velasco	Docente Universidad Nacional de Chimborazo
3	Mgs. Renato Herrera	Docente Universidad Nacional de Chimborazo
4	Mgs. Danilo Quintana	Docente Universidad Nacional de Chimborazo

Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos en la validación de expertos se concluye que el instrumento cumple con el diseño adecuado, se relaciona con el ámbito de investigación y mediante la aplicación se logrará obtener resultados.

### 3.9.1 Confiabilidad de instrumentos

Se usó el software especializado Statistical and Service Solutions (SPSS) versión 25, mediante el cálculo del coeficiente de alfa de Cronbach, que mantiene criterios de fiabilidad detallados a continuación:

**Cuadro 5.** Criterios de fiabilidad, alfa de Cronbach

<b>Coeficiente</b>	<b>Criterios</b>
Coeficiente alfa >.9	Es excelente
Coeficiente alfa >.8	Es bueno
Coeficiente alfa >.7	Es aceptable
Coeficiente alfa >.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa >.5	Es pobre
Coeficiente alfa <.5	Es inaceptable

Elaboración propia

#### 3.9.1.1 Alpha de Cronbach variable independiente facilidades turísticas

**Tabla 4.** Estadísticas de fiabilidad – facilidades turísticas

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,943	12

Elaboración propia

En la aplicación del coeficiente de Alfa de Cronbach se obtiene como resultado 0,943 por lo que se determina que el instrumento de medición es adecuado para la respectiva aplicación.

#### 3.9.1.2 Alpha de Cronbach variable dependiente oferta

**Tabla 5** Estadísticas de fiabilidad – oferta

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	12

Elaboración propia

En la aplicación del coeficiente de Alfa de Cronbach se obtiene como resultado 0,932 por lo que se determina que el instrumento de medición es adecuado para la respectiva aplicación.

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

Los resultados de la investigación, se obtuvieron de la aplicación de las encuestas a las autoridades principales y trabajadores de la unidad de turismo del GAD del cantón Pallatanga y a los prestadores de servicio del mismo cantón, este instrumento fue validado por los expertos. Se realizó una base de datos con los resultados de las personas encuestadas en Microsoft Excel 2019 y posteriormente se validaron con la utilización del programa IBM SPSS v-25.

## CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

#### 4.1.1. Análisis, interpretación de resultados de la variable independiente:

##### facilidades turísticas

Cuadro 6. Resumen e interpretación y análisis de resultados de facilidades turísticas

N.º	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
a)	Edad	La edad promedio de los resultados obtenidos de los expertos y autoridades del GAD municipal de Pallatanga corresponde el 65 % corresponde a la edad promedio de 25-30 años, el 25 % entre 30-35 años, el 10 % entre más de 50 años. Se puede concluir que el porcentaje más alto es 65% de los encuestados corresponde a un rango de edad de 25 a 30 años.
b)	Género	Se observó que el 60 % pertenece al género femenino y el 40% son de género los expertos y autoridades del GAD municipal de Pallatanga corresponde masculino.
c)	Nivel de educación	De acuerdo al nivel de educación de los expertos y autoridades del GAD municipal de Pallatanga corresponde al 80 % de encuestados tienen nivel de educación de superior, el 20% pertenece al nivel de educación posgrado. De esta manera se determina que el porcentaje más alto pertenece al 80% posee un nivel de instrucción superior.
INFORMACIÓN ESPECIFICA		
1	Nivel de control y gestión de servidores turísticos por parte del GAD municipal de Pallatanga	El mayor porcentaje en el nivel de control y gestión de servidores turísticos por parte del GAD municipal de Pallatanga corresponde al 40% es decir satisfactorio, el 30% menciona que es poco satisfactorio, el 25% menciona que regular y, por último el 5% considera nada satisfactorio.
2	Nivel de cumplimiento de ordenanzas y resoluciones a los servidores turísticos del cantón Pallatanga.	Los resultados obtenidos detallan que el nivel de cumplimiento de ordenanzas y resoluciones a los servidores turísticos del cantón Pallatanga que al mayor porcentaje 55% es decir regular, el 30 % considera como satisfactorio, el 10% menciona como poco satisfactorio y el 5% considera muy satisfactorio.
3	Nivel de cumplimiento en cuanto a los horarios de funcionamiento de	La encuesta realizada menciona que el mayor porcentaje del nivel de cumplimiento en cuanto a los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos corresponde al 40% es decir regular, el 35

---

	los establecimientos turísticos.	considera satisfactorio, el 10% menciona poco satisfactorio y por último el 5% considera nada satisfactorio.
<b>4</b>	Evaluación y cumplimiento de la normativa de actividades Turísticas por parte del GAD municipal de Pallatanga.	Con respecto a la evaluación y cumplimiento de la normativa de actividades turísticas por parte del GAD municipal de Pallatanga el porcentaje más alto corresponde al 40% es decir regular, el 30% considera satisfactorio, el 10% consideran muy satisfactorio, el 10% poco satisfactorio y nada satisfactorio con el 10%.
<b>5</b>	Nivel de cumplimiento en el diseño (creación) de proyectos turísticos por parte del GAD municipal de Pallatanga.	Los resultados obtenidos en el nivel de cumplimiento en el diseño (creación) de proyector turísticos por parte del Gad municipal de Pallatanga el porcentaje más alto corresponde al 35% es decir regular, el 30% corresponde satisfactorio, 20% menciona poco satisfactorio, el 10% considera muy satisfactorio y el 5% menciona nada satisfactorio.
<b>6</b>	Nivel de cumplimiento en material promocional y difusión de la actividad turística del cantón.	Con respecto al nivel de cumplimiento en material promocional y difusión de la actividad turística del cantón el porcentaje más alto corresponden al 30% menciona satisfactorio, regular con el 30%, el 20% mencionan poco satisfactorio, el 15% considera muy satisfactorio y finalmente el 5% menciona como nada satisfactorio.
<b>7</b>	Nivel de infraestructura habilitada en cuanto a puntos de información turística por parte del GAD municipal de Pallatanga.	El mayor porcentaje del nivel de infraestructura habilitada en cuanto a puntos de información turística por parte del GAD municipal de Pallatanga corresponde al 45% que considera como regular, el 25% mencionan satisfactorio, el 25% poco satisfactorio, finalmente el 5% indica nada satisfactorio.
<b>8</b>	Nivel de difusión de mecanismos de protección y conservación de los atractivos turísticos a la ciudadanía	Los resultados obtenidos del nivel de difusión de mecanismos de protección y conservación de los atractivos turísticos a la ciudadanía el mayor porcentaje corresponde al 35% que menciona como regular, el 30% considera satisfactorio, el 25% menciona poco satisfactorio, el 5% consideran como muy satisfactorio finalmente nada satisfactorio con el 5%.
<b>9</b>	Nivel de participación conjunta con la comunidad en cuanto a construcciones de facilitación turística	Considerando los resultados obtenidos el nivel de participación conjunta con la comunidad en cuanto a construcciones de facilitación turística el porcentaje más alto corresponde al 30% en nivel satisfactorio, el 30% considera regular, el 25% menciona poco satisfactorio, el 10% menciona nada satisfactorio y finalmente el 5% considera muy satisfactorio.

---

---

<b>10</b>	Nivel de conservación de los senderos habilitados gestionados por el GAD municipal de Pallatanga.	El mayor porcentaje en cuanto al nivel de conservación de los senderos habilitados gestionados por parte del GAD municipal de Pallatanga corresponden al 25% corresponde a los siguientes niveles de valoración, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio y regular.
<b>11</b>	Nivel de instrumento de evaluación de la calidad de servicio que efectúan los prestadores de servicios.	De acuerdo a los resultados obtenidos el nivel de instrumento de evaluación de la calidad de servicio que efectúan los prestadores de servicios el mayor porcentaje corresponde al 40% considera como satisfactorio, con el mismo porcentaje el 40% con valoración regular, mientras que al 20% menciona poco satisfactorio.
<b>12</b>	Nivel de responsabilidad en cuanto a seguridad en los atractivos y actividades turísticas.	Considerando los resultados obtenidos el nivel de responsabilidad en cuanto a seguridad en los atractivos y actividades turísticas el porcentaje más alto corresponde al 35% que mencionan como regular, el 30% como satisfactorio, el 25% corresponde poco satisfactorio y el 5% consideran en niveles muy satisfactorio, finalmente con el 5% menciona nada satisfactorio.

---

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

#### 4.1.2. Análisis, interpretación de resultados de la variable dependiente: oferta

**Cuadro 7.** Resumen e interpretación y análisis de resultados de oferta

N.º	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL		
c)	Edad	La edad promedio de los resultados de los pobladores y prestadores de servicio corresponde al 80% están en un rango de edad de 25-30 años de edad, el 15% en un rango de edad del 30-35 años, el 5% se encuentra en un rango de edad de 35-40 años de edad. Se puede concluir que el porcentaje más alto es 80% de los encuestados poseen una edad entre 25-30 años.
d)	Género	Se observo que los pobladores y prestadores de servicio el porcentaje más alto corresponde al 40% son de género masculino y el 60% pertenece al género femenino.
c)	Nivel de educación	De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto al nivel de educación de los pobladores y prestadores de servicio corresponde al 60% se encuentran en nivel de educación superior mientras que con el 40% hace referencia a un nivel de educación secundaria. De esta manera se determina que el nivel de educación superior es el porcentaje más alto en el cantón con el 60%.
INFORMACIÓN ESPECIFICA		
1	Nivel de percepción que ofrecen los establecimientos de alojamiento en el cantón Pallatanga.	El mayor porcentaje en cuanto al nivel de percepción que ofrecen los establecimientos de alojamiento en el cantón Pallatanga corresponde al 35% es decir regular, el 30% menciona que es satisfactorio, el 20% considera poco satisfactorio, el 10% como satisfactorio y finalmente el 5% corresponde a nada satisfactorio.
2	Nivel de percepción en los establecimientos de alimentación y bebidas en el cantón Pallatanga.	La encuesta realizada muestra que el porcentaje mayor porcentaje en el nivel de percepción en los establecimientos de alimentación y bebidas en el cantón Pallatanga corresponde al 35% satisfactorio, con el mismo nivel del 35% menciona regular, el 15% considera poco satisfactorio y con el mismo nivel del 15% indica como satisfactorio
3	Nivel de percepción en cuanto al servicio de transporte en el cantón Pallatanga.	Con respecto al nivel de percepción en cuanto al servicio de transporte en el cantón Pallatanga el porcentaje más alto corresponde al 35% es decir regular, el 30% considera como satisfactorio, el 15% considera poco satisfactorio y con el mismo 15% menciona como nada satisfactorio, finalmente con el 5% indica como muy satisfactorio.

- 
- |          |  |  |
|----------|--|--|
| <b>4</b> | Nivel de percepción en los establecimientos de operación e intermediación turística adecuados en el cantón Pallatanga. | Los resultados obtenidos en el nivel de percepción en los establecimientos de operación e intermediación turística adecuados en el cantón Pallatanga el porcentaje mayor pertenece al 50% es decir nada satisfactorio, el 25% considera satisfactorio, el 15% menciona como regular, mientras tanto el 5% menciona poco satisfactorio, finalmente con el mismo 5% considera muy satisfactorio.   |
| <b>5</b> | Nivel de especialización de las actividades turísticas en el cantón Pallatanga.  | El mayor porcentaje del nivel de especialización de las actividades turísticas en el cantón Pallatanga corresponde al 30% es decir poco satisfactorio, el 25% corresponde a nada satisfactorio, el 20% menciona que es regular, el 15% considera como satisfactorio, finalmente con el 10% considera como muy satisfactorio.   |
| <b>6</b> | Nivel de utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos del cantón Pallatanga.                 | La encuesta realizada muestra que el porcentaje más alto en el nivel de utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos del cantón Pallatanga corresponde al 40% es decir poco satisfactorio, el 25% menciona como regular, el 15% consideran como satisfactorio, el 10% considera como muy satisfactorio, finalmente con el mismo 10% considera como nada satisfactorio. |
| <b>7</b> | Nivel a considerar a Pallatanga como destino turístico   | Con respecto al nivel a considerar a Pallatanga como destino turístico el mayor porcentaje pertenece al 45% es decir muy satisfactorio, el 30% considera satisfactorio, 20% menciona como regular, finalmente con el 5% considera como poco satisfactorio.   |
| <b>8</b> | Estado actual en que se encuentra los recursos naturales del cantón Pallatanga.  | La encuesta realizada muestra que el mayor porcentaje en cuanto al estado actual en que se los recursos naturales del cantón Pallatanga corresponde al 35% es decir satisfactorio, el 25% menciona como nada satisfactorio, 15% considera como poco satisfactorio, con el mismo 15% considera como regular, finalmente el 10% considera como muy satisfactorio.                                  |
| <b>9</b> | Estado actual en que se encuentra los recursos culturales del cantón Pallatanga.                                       | El mayor porcentaje en cuanto al estado actual en que se encuentran los recursos culturales del cantón Pallatanga corresponde al 35% es decir poco satisfactorio, el 30% considera como satisfactorio, el 25% corresponde como regular, finalmente con el 10 % considera como muy satisfactorio.   |
-

---

<b>10</b>	Calidad de la infraestructura turística que posee en el cantón Pallatanga.	La encuesta realizada muestra que el porcentaje más alto en la calidad de la infraestructura turística que posee en el cantón Pallatanga corresponde el 45% es decir poco satisfactorio, el 30% considera satisfactorio, el 20% menciona como regular y el 5% considera como muy satisfactorio.
<b>11</b>	Calidad de los servicios básicos en el cantón Pallatanga.	Con respecto a la calidad de los servicios básicos en el cantón Pallatanga el porcentaje más alto corresponde al 30% es decir regular, de igual manera con el mismo 30% consideran como satisfactorio, el 25% como poco satisfactorio, el 10% consideran como nada satisfactorio, finalmente el 5% consideran como muy satisfactorio.
<b>12</b>	Calidad en equipamiento turístico del cantón Pallatanga.	El mayor porcentaje en cuanto a la salida de equipamiento turísticos del cantón Pallatanga corresponde al 40% es decir regular, el 25% mencionan como poco satisfactorio, el 15% consideran como satisfactorio, de la misma manera con el mismo 15% consideran como nada satisfactorio, finalmente con el 5% menciona que es muy satisfactorio.

---

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

## 4.2. Pruebas de hipótesis

La presente investigación cuenta con hipótesis planteadas con el objetivo de conocer si las variables establecidas tienen influencia entre sí, por lo tanto, existe una hipótesis general y cuatro específicas, a continuación, se muestran los resultados obtenidos y la toma de decisión adecuada utilizando el estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.

### 4.2.1 Prueba de hipótesis general

Las facilidades turísticas influyen significativamente en la oferta turística del cantón Pallatanga.

#### a) Planteamiento de la hipótesis.

Ho = Las facilidades turísticas no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

H1 = Las facilidades turísticas se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

b)  $\alpha = 0.05$

c) Prueba de chi cuadrado

Tabla 6. Comprobación de hipótesis general

	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
FACILIDADES TURÍSTICAS *	20	100,0%	0	0,0%	20	100,0%
OFERTA						

Elaboración propia

Tabla 7. Comprobación de hipótesis general-chi cuadrado.

Correlaciones			
		Facilidades Turísticas	Oferta
Facilidades Turísticas	Correlación de Pearson	1	,002
	Sig. (bilateral)		,994
	N	20	20
Oferta	Correlación de Pearson	,002	1
	Sig. (bilateral)	,994	
	N	20	20

Elaboración propia

#### d) Decisión:

De acuerdo al resultado obtenido el nivel de significancia es  $0.994 > 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Las facilidades turísticas no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga. Por lo que existe un valor de 0.002, lo que significa una correlación positiva muy baja.

## 4.2.2. Prueba de hipótesis específicas

### 4.2.2.1. Hipótesis específica 1

#### a) Planteamiento de la hipótesis.

Ho = Los servicios turísticos no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

H1= Los servicios turísticos se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

#### b) $\alpha = 0.05$

#### c) Prueba de chi cuadrado

**Tabla 8.** Comprobación de hipótesis específica servicios turísticos.

		Correlaciones	
		Servicios Turísticos	Oferta
Servicios Turísticos	Correlación de Pearson	1	,123
	Sig. (bilateral)		,604
	N	20	20
Oferta	Correlación de Pearson	,123	1
	Sig. (bilateral)	,604	
	N	20	20

Elaboración propia

#### d) Decisión:

De acuerdo al resultado obtenido el nivel de significancia es  $0.604 > 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Los servicios turísticos no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga. Por lo que existe un valor de 0.123 lo que significa una correlación positiva muy baja.

#### 4.2.2.2. Hipótesis específica 2

##### a) Planteamiento de la hipótesis.

Ho = Las actividades turísticas no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

H1= Las actividades turísticas se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

##### b) $\alpha = 0.05$

##### c) Prueba chi cuadrado

**Tabla 9.** Comprobación de hipótesis actividades turísticas

		Correlaciones	
		Actividades Turísticas	Oferta
Actividades Turísticas	Correlación de Pearson	1	,077
	Sig. (bilateral)		,746
	N	20	20
Oferta	Correlación de Pearson	,077	1
	Sig. (bilateral)	,746	
	N	20	20

Elaboración propia

##### d) Decisión:

De acuerdo al resultado obtenido el nivel de significancia es  $0.746 > 0.05$ , por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Las actividades turísticas no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga. Por lo que existe un valor de 0.077 lo que significa una correlación positiva muy baja.

### 4.2.2.3. Hipótesis específica 3

a) Planteamiento de la hipótesis.

Ho = Las instalaciones no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.”

H1 = Las instalaciones se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.”

b)  $\alpha = 0.05$

c) Prueba chi cuadrado

**Tabla 10** Comprobación de hipótesis instalaciones

		<b>Correlaciones</b>	
		Instalaciones	Oferta
Instalaciones	Correlación de Pearson	1	,051
	Sig. (bilateral)		,830
	N	20	20
Oferta	Correlación de Pearson	,051	1
	Sig. (bilateral)	,830	
	N	20	20

**Elaboración propia**

#### **d) Decisión:**

De acuerdo al resultado obtenido el nivel de significancia es  $0.830 > 0.05$ , se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Las instalaciones no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga. Por lo que existe un valor de 0.051 lo que significa un nivel de correlación positiva muy baja.

#### 4.2.2.3. Hipótesis específica 4

a) Planteamiento de la hipótesis.

Ho = La satisfacción no se relaciona significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

H1 = La satisfacción se relaciona significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga.

b)  $\alpha = 0.05$

c) Prueba chi cuadrado

**Tabla 11** Comprobación de hipótesis satisfacción

		Correlaciones	
		Satisfacción	Oferta
Satisfacción	Correlación de Pearson	1	-,073
	Sig. (bilateral)		,760
	N	20	20
Oferta	Correlación de Pearson	-,073	1
	Sig. (bilateral)	,760	
	N	20	20

**Elaboración propia**

**d) Decisión:**

Dado el caso que la significancia asíntota es  $0.760 > 0.05$ , se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). La satisfacción no se relaciona significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga. Po lo que existe un valor de -0.073 lo que significa una correlación negativa débil.

## 4.2 Presentación de resultados

Para verificar la validez y confiabilidad de los instrumentos se aplicó el estadístico Alpha de Cronbach obteniendo resultados positivos con un coeficiente alpha  $> 0,9$  que representa como un instrumento adecuado.

Posteriormente con la ayuda del programa informático IBM Statistics 25, se realiza la prueba chi cuadrado para determinar la asociación entre las variables y dimensiones para determinar si la hipótesis se acepta o se rechazan.

En la prueba de chi cuadrado de la hipótesis general se determinó que la significancia (0.994) es mayor a 0,05 por lo tanto, de acuerdo a los datos utilizados en este estudio y con las limitantes que pudieran considerarse, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, por lo las facilidades turísticas en circunstancias actuales, no influye significativamente en la oferta del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo.

En la prueba de chi cuadrado de la hipótesis específica 1: servicios turísticos, se determinó que la significancia (0.604) es mayor a 0,05 por lo tanto, de acuerdo a los datos utilizados en este estudio y con las limitantes que pudieran considerarse, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, por lo tanto, los servicios turísticos en circunstancias actuales, no influyen significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo.

En la prueba de chi cuadrado de la hipótesis específica 2: actividades turísticas, se determinó que la significancia (0.746) es mayor a 0,05 por lo tanto, de acuerdo a los datos utilizados en este estudio y con las limitantes que pudieran considerarse, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, por lo tanto, las actividades turísticas en circunstancias actuales, no influyen significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

En la prueba de chi cuadrado de la hipótesis específica 3: instalaciones, se determinó que la significancia (0.830) es mayor a 0,05 por lo tanto, de acuerdo a los datos utilizados en este estudio y con las limitantes que pudieran considerarse, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, por lo tanto, las instalaciones en circunstancias actuales, no influyen significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

En la prueba de chi cuadrado de la hipótesis específica 4: satisfacción, se determinó que la significancia (0.760) es mayor a 0,05 por lo tanto, de acuerdo a los datos utilizados en este estudio y con las limitantes que pudieran considerarse, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, por lo tanto, la satisfacción en circunstancias

actuales, no influye significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

## 5. Conclusiones

- Se evidencia que no existe influencia significativa entre las facilidades turísticas y la oferta en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, a partir de los resultados obtenidos de la comprobación de hipótesis de la investigación identificamos que las facilidades turísticas existentes en el cantón son escasas lo cual crea un factor limitante para que la actividad turística en el cantón Pallatanga incremente.
- Mediante los resultados obtenidos se evidencia que los servicios turísticos no se relacionan significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo. Por lo que se define que los servicios turísticos son mínimos debido a la reducida oferta turística del cantón Pallatanga.
- De acuerdo a los resultados presentados se evidencia que las actividades turísticas en no influyen significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Por lo que según las encuestas realizadas manifiestan que es parte fundamental prestar atención a nuevas modalidades de turismo en tiempo de pandemia.
- A partir de los resultados obtenidos se evidencia que las instalaciones no influyen significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Por lo que define que las instalaciones para la actividad turística en la actualidad necesariamente se necesitan adaptar a circunstancias nuevas.
- Mediante los resultados obtenidos se evidencia que la satisfacción no influye significativamente con la oferta turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Por lo que se define que es fundamental que exista relación entre autoridades, prestadores de servicios y población trabajen en conjunto para cumplir con niveles de satisfacción que busca el turista.

## **6. Recomendaciones**

- Se recomienda realizar un trabajo en conjunto entre el GAD municipal del cantón Pallatanga, y los prestadores de servicio para fortalecer la actividad turística en el cantón, además por medio de capacitaciones sobre un plan de reapertura de los establecimientos turísticos en tiempos de pandemia.
- Se recomienda a los prestadores de servicio, autoridades y población aprovechar los diferentes atractivos turísticos existentes en el cantón con planificación y diseño de nuevos productos turísticos que permita generar empleo de las personas de la localidad y mejorar la calidad de vida.
- Además, es importante que las autoridades y prestadores de servicios identifiquen objetivamente las necesidades del turista donde puedan vincular la atención, servicio e implementación de facilidades turísticas generalmente en espacios abiertos.
- Se recomienda potenciar los atractivos turísticos incentivando a la localidad del cantón sobre el manejo y beneficios de los recursos naturales y en la cultura local, esto permitirá mejorar la oferta del cantón turística del cantón.
- La información generada en el presente proyecto de investigación se convierte en fuente bibliografía para futuras investigaciones que sirva de ayuda a nuevas generaciones con un nuevo conocimiento, es necesario realizar estudios referentes en facilidades turísticas, oferta, promoción y seguridad turística.

## 7. Referencias bibliográficas

- Castillo, M., & Castaño, V. (2014). *Estudios y perspectivas en turismo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Pérez , J., & Gardey, A. (2014). *Definiciones, turismo*. Obtenido de <https://definicion.de/servicios-turisticos/>
- Pérez, J. (Septiembre de 2013). *Resoluciones, Circulares y Actos Administrativos*.
- Vallespín, M., & Molinillo, S. (2014). *AECIT*. Obtenido de Universidad de Málaga: <file:///C:/Users/Guam%C3%A1n/Downloads/173-632-1-PB.pdf>
- Álvarez , J. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos turísticos* . Riobamba.
- Arias , F. (2012). *El proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: EPISTEME, C.A .
- Baño, E. V. (Abril de 2018). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15279/1/T-UCE-0004-TE50-2018.pdf>
- Bigné, E., & Andreu, L. (2004). *Cuaderno de economía y dirección* . Obtenido de Google Académico : <file:///C:/Users/Guam%C3%A1n/Downloads/Dialnet-ModeloCognitivoafectivoDeLaSatisfaccionEnServicios-1143456.pdf>
- Bullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* . Mexico D.F: Trillas .
- David , S. (26 de Junio de 2019). *Las ordenanzas de los GAD*.
- Duran , N. (22 de julio de 2013). Obtenido de [file:///C:/Users/Guam%C3%A1n/Downloads/tma\\_2013\\_1004%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Guam%C3%A1n/Downloads/tma_2013_1004%20(2).pdf)
- GAD cantonal Pallatanga. (2014). Obtenido de <https://multimedia.planificacion.gob.ec/PDOT/descargas.html>
- García , N. (2017). *MODELO DE GESTIÓN PARA FOMENTAR EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS COMUNIDADES MANABITAS, ECUADOR* . Obtenido de <Dialnet-ModeloDeGestionParaFomentarElDesarrolloTuristicoDe-6311570.pdf>
- García, A. (2016). *Entorno Turístico* . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Gorotiza, J. (2017). *REPOSITORIO UPSE*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/3881/UPSE-TDT-2017-0005.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. Mexico : Grupo Editorial Patria. S.A.

- Gutiérrez, H. S. (2005). Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10588/HSMtesis.pdf;jsessionid=A27>
- Liu, & Tucker. (2004). Obtenido de <http://crecedu.pe/wp-content/uploads/2019/06/Methodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Luna, A. (2014). *Proceso Administrativo*. Mexico : Grupo Editorial Patria.
- Ministerio de turismo. (2004). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Recuperado el 7 de enero de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>
- MINTUR. (29 de Diciembre de 2014). *Ley de turismo en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (2015). *Ministerio de Turismo > Noticias >*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-mintur-pone-a-disposicion-puntos-de-informacion-turistica-en-quito/#:~:text=El%20punto%20de%20informaci%C3%B3n%20es,pa%C3%ADs%20sea%20placentera%20y%20segura.>
- MINTUR. (24 de Marzo de 2015). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (23 de Marzo de 2016). *FACULTADES A GOBIERNOS AUTONOMOS*. Obtenido de [/Desktop/TESIS/Regúlense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-turísticas.pdf](#)
- MINTUR. (5 de Octubre de 2018). Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas\\_OCTUBRE.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf)
- MINTUR. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- MINTUR. (2019). Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1RS4SZ4h-qH6d9eIZgfmHFXgXVrhKfmyU/view>
- Montero, J. C. (2004). *Centro de investigaciones Turísticas*. Obtenido de Universidad Nacional de mar del plata: <http://nulan.mdp.edu.ar/281/1/Apo2004a8v1pp11-38.pdf>

- Morales, F. (12 de 09 de 2012). *academis. edu*. Obtenido de [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:ww5CiWx3B0kJ:scholar.google.com/+INVESTIGACION+DESCRIPTIVA&hl=es&as\\_sdt=0,5&as\\_vis=1](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:ww5CiWx3B0kJ:scholar.google.com/+INVESTIGACION+DESCRIPTIVA&hl=es&as_sdt=0,5&as_vis=1)
- Nasimba, C., & Cejas, M. (01 de Diciembre de 2015). *UNIBE*. Obtenido de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf)
- OIT. (2016). *Comercializacion*. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_553921.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf)
- Olmos Juárez, L., & Garcia Cebrián, R. (2011). *Estructura del mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo.
- OMT. (2007). Obtenido de <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- OMT. (2015). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (Abril de 2020). Obtenido de [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/COVID-19-Tourism-Recovery-TA-Package\\_8%20May-2020.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/COVID-19-Tourism-Recovery-TA-Package_8%20May-2020.pdf)
- ONU DI. (2017). Obtenido de [https://www.unido.org/sites/default/files/2017-02/QI\\_Spanish\\_final\\_0.pdf](https://www.unido.org/sites/default/files/2017-02/QI_Spanish_final_0.pdf)
- Parra, M. E. (29 de Noviembre de 2011). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2561/1/MA-GP-ECO-878.pdf>
- Quintana, D. (2014). *REPOSITORIO UTA*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7391/1/FCHE-MGPE-1081.pdf>
- Ramírez, C. (Septiembre de 2017). *Universid Tecnológica Nacional*. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Realpe, P. (2015). *REPOSITORIO UTE*. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15874/1/61103\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15874/1/61103_1.pdf)
- Ruiz, B. H. (Octubre de 2017). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4150/UPSE-THT-2017-0019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruiz, R. (1 de Marzo de 2017). Obtenido de <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/83624/7176-28166-2-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sampieri, R. (2014). *Metodología de Investigación*. Mexico D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Segittur. (2013). *SEGITTUR Turismo e innovación*. Obtenido de <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Silva, P. (2017). *REPOSITORIO UNACH*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4248/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2017-0032.pdf>
- Solis, D., & Ruiz, E. (2007). *Culturas, Identidades y gestión turística*.
- Stanton, W, Etzel, M., Walker, B., & J., Báez. (2004). *Fundamentos de marketing*.
- Suntaxi, W. (Febrero de 2019). *UCE*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/17856/1/T-UCE-0009-CSO-119.pdf>
- UNICEF. (Abril de 2000). Obtenido de <http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cd2/archives/unicef00/13.dir/unicef0013.pdf>
- Vargas, F. (2018). La seguridad en la actividad turística. *Entorno Turístico*.
- Vértice, E. (2008). *La gestión del marketing, producción y calidad en las pymes*. España: Vértice.
- Vértice, S. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. Málaga: Publicaciones Vértice S.L.
- Yanez, D. (s.f.).

## **ANEXOS**

### **Anexo 1. Propuesta**

#### **1. Título de la propuesta**

Plan de reactivación turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

#### **2. Introducción**

La provincia de Chimborazo alberga al sur oeste, un hermoso destino turístico de clima subtropical, el cantón Pallatanga que pasa por cascadas, miradores naturales, bosques nativos y zonas de páramo, lugares que permiten al visitante disfrutar de una experiencia mágica y en estado natural. Conocido por tener el mejor clima del mundo, Pallatanga encanta por sus diferentes sitios de recreación y esparcimiento como: sus fincas vacacionales, lugares para el senderismo, parapente, ciclismo, aviturismo, camping, canyoning y cabalgata para el disfrute de propios y visitantes.

La actividad turística en la actualidad continúa siendo uno de los sectores más afectados por la pandemia de COVID-19, especialmente en los países de América. Los gobiernos de estas regiones, y del resto del mundo, han tomado medidas para mitigar el impacto económico sobre hogares y empresas, pero a largo plazo el sector tendrá que adaptarse a la «nueva normalidad» tras la pandemia.

Es importante planear medidas que sirvan como soporte al sector turístico que sean reales y conforme al servicio donde se vaya a desarrollar, esto permitirá estar preparados para cualquier circunstancia y que permitan tener mecanismos que sirvan para fortalecer la actividad turística. El plan de reactivación turística en el cantón Pallatanga tiene como objetivo contribuir en el sector turístico del cantón con el desarrollo de nuevas capacidades a la nueva realidad, enfoques y tendencias turísticas en la que nos encontramos, comprende en priorizar acciones para la reactivación del turismo local.

#### **3. Objetivos**

##### **3.1 Objetivo general**

Diseñar un plan de reactivación turística en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

##### **3.2 Objetivos específicos**

Identificar la planta turística del cantón Pallatanga.

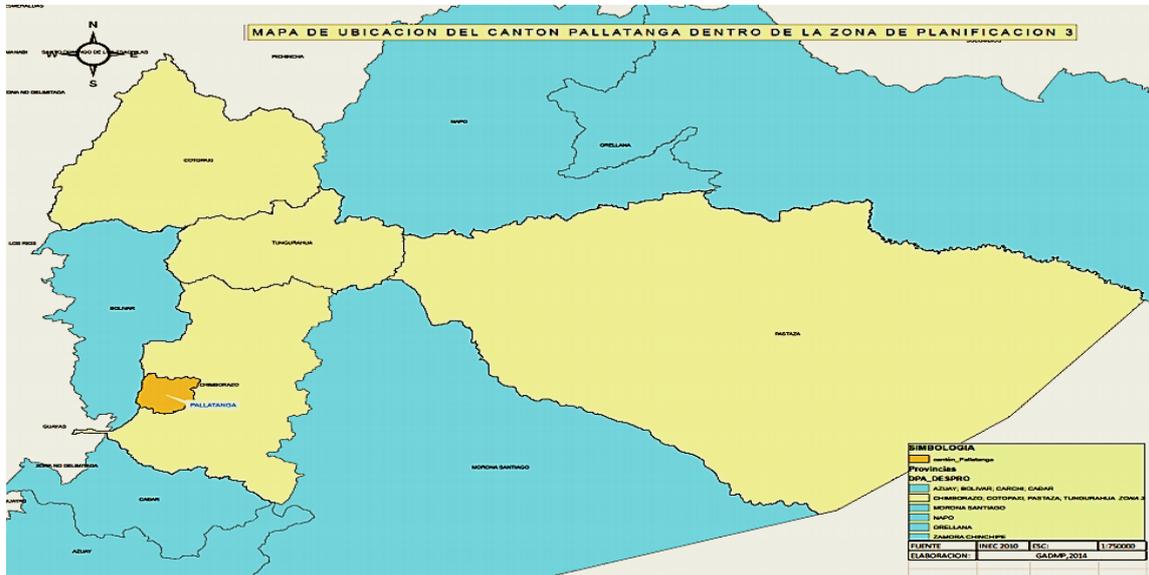
Seleccionar lineamientos hacia la recuperación de la actividad turística.

Desarrollar el plan para reactivar el turismo en el cantón Pallatanga.

### a) Ubicación geográfica del cantón

Pallatanga es un cantón de la provincia de Chimborazo ubicado al Sur-oeste de la misma, a 84 km (2 horas aproximadas) de la ciudad de Riobamba capital de provincia, y a 118 km. (3 horas aproximadas) de la ciudad de Guayaquil. La vía provincial une a las provincias de Chimborazo y Guayas. Su extensión territorial aproximada es de 377 km<sup>2</sup> que representa el 5,96% de la superficie provincial (GAD cantonal Pallatanga, 2014).

**Ilustración 1** Mapa de ubicación geográfica



**Fuente:** (GAD cantonal Pallatanga, 2014)

**Elaboración propia**

### b) Características generales del territorio

El cantón Pallatanga se encuentra en la provincia de Chimborazo y cuenta con los siguientes límites territoriales.

**Tabla 12** Características generales del territorio

Fecha de creación del Cantón	13 de mayo 1986
Población	11544 habitantes
Extensión	37.896,96 hectáreas
Limite político administrativo	Al Norte: Cantón Colta Al Sur: Cantón Alausí Al Este: Cantón Guamote Al Oeste: Provincia de Bolívar
Rango altitudinal	800 a 4200 m.s..n.m
Clima y temperatura	Climas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecuatorial Mesotérmico Semi- húmedo</li> <li>• Ecuatorial de Alta Montaña</li> </ul> Temperatura: Oscilan de entre los 4-5 °C en las zonas más altas hasta los 21- 22 °C promedio en las zonas bajas.

**Fuente:** (GAD cantonal Pallatanga, 2014)

**Elaboración propia**

#### 4. Desarrollo

##### Plan de reactivación turística

La planificación es una herramienta que se realiza para el cumplimiento de un propósito específico, para lo cual se establecen objetivos, estrategias, actividades metas e indicadores que son ejecutados con la combinación de recursos económicos, técnicos, humanos y materiales (Suntaxi, 2019).

La reactivación es una acción que implica reanimar, regenerar, dar nuevo impulso a una institución, proyecto o cosa, que haya quedado en el olvido. A través de la reactivación se puede volver hacer funcionar algo que fue de mucha utilidad en el tiempo (Ruiz R. , 2017).

Es decir, una planificación que ayude a la reactivación turística es un conjunto de estrategias que permitan ser la guía o el camino a optimizar nuevas herramientas para la activación, difusión y promoción de la oferta turística, desarrollo de campañas promocionales enfocadas en la nueva realidad del turismo.

Tomando en consideración que la actividad turística está sujeta a adaptarse, innovar y recuperarse de la adversidad, la creación de un plan será el apoyo para la recuperación de empresas turísticas, trabajo en conjunto de actores turísticos y no turísticos, permitirá impulsar al turismo como actividad dinamizadora de la economía, seguridad turística que permita brindar facilidades y servicios que requiere el destino para recibir visitas turísticas, reconocimiento a la calidad turística y certificar una experiencia inolvidable, positiva y saludable a los visitantes.

**Ilustración 2** Descripción de la propuesta



Elaboración propia

#### 4.1 Identificar la planta turística del cantón Pallatanga

##### a) Identificación de servicios turísticos del cantón.

La investigación identifico a 10 prestadores de servicios del cantón Pallatanga, se encuentran registrados y catastrados por el ministerio de turismo.

**Cuadro 8** Planta turística

Nº	Nombre comercial	Actividad	clasificación	Categoría
1	Paradero el chinito	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta
2	Di Carlo	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera
3	Minimarket Lizbeth	Alimentos y bebidas	Cafetería	Cuarta
4	Paradero sabor latino	Alimentos y bebidas	Restaurant	Cuarta
5	Tortillas de la abuela	Alimentos y bebidas	Cafetería	Cuarta
6	Mateito	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta
7	Le coco	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera
8	Milliguayco	Alojamiento	Hostería	Primera
9	Hostería el valle	Alojamiento	Hostería	3 estrellas
10	La posada de flor	Alojamiento	Hostal	1 estrellas

**Fuente:** MINTUR

**Elaboración propia**

##### b) Identificación de los atractivos turísticos del cantón.

El cantón Pallatanga posee atractivos naturales y culturales los mismos que se encuentran registrados por parte del GAD municipal de Pallatanga.

En el siguiente cuadro resumen se detalla los diferentes atractivos que posee el cantón.

**Cuadro 9** Resumen de atractivos turísticos

Clasificación de los atractivos turísticos	Existencia en el territorio		Cantidad	Porcentaje %
	Si	No		
<b>Categoría</b>				
<b>1.1. Sitios naturales</b>				
Montañas	X		6	23%
Planicies				
Desiertos				
Ambientes lacustres	X		3	12%
Ríos	X		10	38%
Bosques	X		3	12%
Aguas subterráneas				
Fenómenos espeleológicos				
Fenómenos geológicos				
Costas o litorales				
Ambientes marinos				
Tierras insulares				
Sistema de Áreas Protegidas				
<b>1.2. Manifestaciones culturales</b>				
Históricas	X		2	8%
Etnografía	X		2	8%
Realizaciones técnicas y científicas				
Realizaciones artísticas contemporáneas				

**Fuente:** GAD municipal  
**Elaboración propia**

#### **4.2 Seleccionar lineamientos de recuperación de la actividad turística**

La (OMT, 2020). En su publicación paquete de asistencia técnica para la recuperación del turismo estructura tres pilares fundamentales:

1. Recuperación económica : a través de la medición de los impactos cuantitativos y cualitativos del COVID-19 en el sector turístico y la elaboración de recomendaciones basadas en la investigación para la recuperación económica y el apoyo a las empresas relacionadas con el turismo , en particular a las MIPYMES.
2. Marketing y promoción : a través de la revisión de estrategias de marketing y promoción, identificando y dirigiendo mercados que pueden ayudar a acelerar la recuperación, abordando la diversificación de productos y recomendaciones y pautas en términos de precios y empaque.
3. Fortalecimiento institucional y construyendo la resiliencia: especialmente dirigido a ayudar a los gobiernos turísticos y las empresas turísticas a adaptar sus servicios para cumplir con las condiciones laborales posteriores al COVID-19 en términos de salud, seguridad y restauración de la confianza del consumidor; y promover la gobernanza del turismo, las asociaciones público-privadas y los esfuerzos de colaboración para la recuperación del turismo, incluidos los sistemas, protocolos y habilidades de preparación y gestión de crisis

### 4.3 Desarrollar el plan para reactivar el turismo en el cantón Pallatanga

A continuación, se detallan los diferentes proyectos de manera amplia conforme a los lineamientos a considerar.

**Cuadro 10** Proyecto de capacitación a comunidades

#### **P1. Proyecto de capacitación a comunidades para desarrollar productos turísticos locales.**

<b>Descripción</b>	<b>Actividades del proyecto</b>	<b>Responsables</b>	<b>Beneficiarios</b>
La capacitación a las comunidades para desarrollar productos turísticos locales permitirá empoderar a las comunidades para desarrollar, promover y gestionar productos turísticos en su zona. Esto serviría como herramienta para diversificar sus fuentes de ingresos y ayudar a construir medios de vida sostenibles.	Acercamientos con los representantes de la localidad que estén gestionando o planificando la creación de productos turísticos locales.  Identificar productos turísticos locales, existentes como potenciales, con posibilidades de mejorarse o desarrollarse en el periodo de recuperación.  Realizar convenios en conjunto con la academia y GAD municipal que aborden temas como: atención al cliente, el marketing electrónico, visitas guiadas, artesanía y la administración de empresas.  Análisis del entorno para emprendimientos turísticos.  Valoración y protección de atractivos turísticos.	Gad municipal  MINTUR  Convenios con la academia (UNACH)	Comunidad participante
<b>Presupuesto aproximado</b>	1500		
<b>Tiempo aproximado del proyecto</b>	3 meses		

Elaboración propia

**Cuadro 11** Proyecto de capacitación a prestadores de servicio

<b>P2. Proyecto de capacitación a los prestadores de servicio del cantón Pallatanga</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Actividades del proyecto</b>	<b>del</b>	<b>Responsables</b>	<b>Beneficiarios</b>
<p>La capacitación a los prestadores de servicio del cantón permitirá mejorar y potenciar sus habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos técnicos y ponerlos en práctica en los establecimientos ante la nueva realidad que se encuentra el turismo.</p>	Capacitación establecimientos alojamiento.	para de	Gad municipal	Prestadores de servicios turísticos
	Capacitación establecimientos alimentación y bebidas.	para de	MINTUR	Localidad
	Capacitación establecimientos de operación e intermediación turística.	para de	Convenios con la academia (UNACH)	
	Preparación en nuevas modalidades de turismo.			
	Aprendizaje sobre financiamiento para el sector turístico.			
	Impulsar el desarrollo de micro, pequeñas y medias empresas			
<b>Presupuesto aproximado</b>	1500			
<b>Tiempo aproximado del proyecto</b>	1 mes			

Elaboración propia

**Cuadro 12** Proyecto de medidas de bioseguridad

**P3. Proyecto de capacitación de medidas de bioseguridad en el turismo**

<b>Descripción</b>	<b>Actividades del proyecto</b>	<b>Responsables</b>	<b>Beneficiarios</b>
El desarrollo de la capacitación de medidas de bioseguridad en la actividad turística tiene como objetivo incrementar la llegada de turistas mostrando destinos bioseguros en trabajo conjunto con de los miembros de la cadena turística de la localidad.	Protocolos de bioseguridad en establecimientos turísticos de acuerdo a la actividad a desarrollar.	Gad municipal MINTUR Convenios con la academia (UNACH) Ministerio de Salud	Prestadores de servicios Visitantes Localidad
	Implementos de bioseguridad para el personal del establecimiento.		
	Mecanismos de desinfección del establecimiento.		
	Manejo de desechos de acuerdo al protocolo de bioseguridad		
	Determinación del aforo permitido en el establecimiento.		
	Certificaciones de establecimiento seguro.		
<b>Presupuesto aproximado</b>	1000		
<b>Tiempo aproximado del proyecto</b>	1mes		

Elaboración propia

**Cuadro 13** Proyecto de marketing y promoción

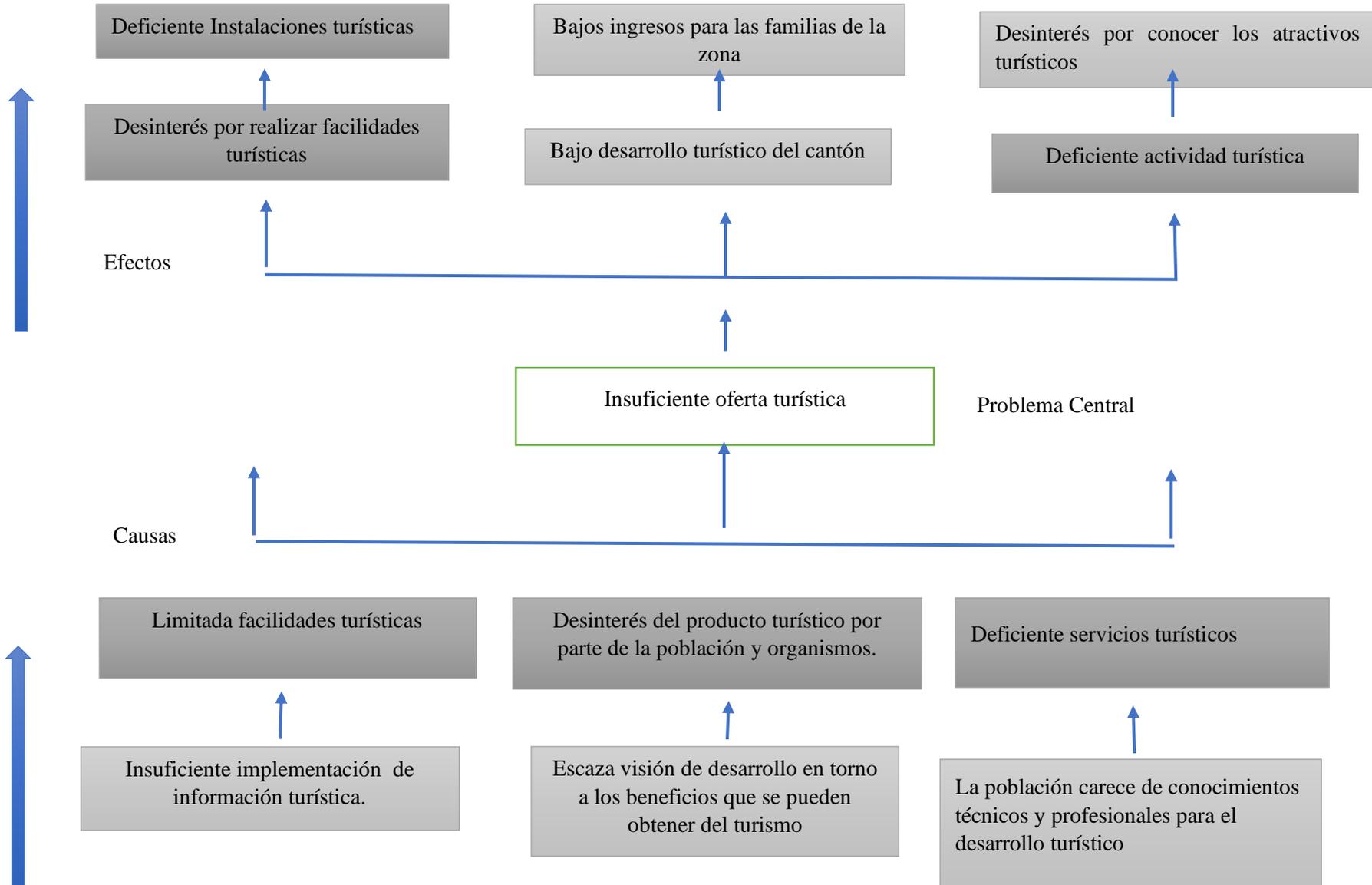
**P4. Proyecto de marketing y promoción turística.**

<b>Descripción</b>	<b>Actividades del proyecto</b>	<b>Responsables</b>	<b>Beneficiarios</b>
El proyecto de marketing y promoción permitirá desarrollar estrategias y actividades de planificación aptas a partir de los recursos disponibles y la nueva realidad del sector del turismo. Además, se logrará identificar actividades innovadoras de marketing digital y el marketing dirigido a grupos determinados.	Identificar productos turísticos que resulten atractivos para los diferentes segmentos del mercado interno.	Gad municipal MINTUR	Prestadores de servicios Visitantes
	Determinar viajes en grupos específicos, por ejemplo, programas de turismo dirigidos a familias.	Convenios con la academia (UNACH)	Localidad
	Utilizar actividades de marketing digital y fijar segmentos de mercado específicos que estimule el interés de los viajeros y generar confianza	Prestadores de servicio	
	Desarrollar una imagen de marca y un eslogan destinados al mercado interno y una campaña de marketing orientada a animar a la población realizar viajes internos.		
	Priorizar la oferta de productos ante una demanda cambiante.		
<b>Presupuesto aproximado</b>	2500		
<b>Tiempo aproximado del proyecto</b>	1mes		

Elaboración propia



## Anexo2. Árbol de problemas



### Anexo 3. Modelo de encuesta de la Variable Dependiente: Oferta Turística



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

**ENCUESTA**  
**Dirigida a:** Prestadores de servicio del cantón Pallatanga

#### “FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

**Encuestador:** Alexis Mauricio Guamán Criollo      **Fecha de la encuesta** \_\_\_\_\_ **Formulario**  
**N°** \_\_\_\_\_

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

El presente instrumento de evaluación tiene como objetivo establecer la influencia de las Facilidades Turísticas en la oferta del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

**INSTRUCCIONES**

- Lea detenidamente cada una de las preguntas del cuestionario
- Marque con una X su respuesta
- Las preguntas tienen únicamente una respuesta
- Califique según su conocimiento, las temáticas indicadas
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo e investigación del proyecto

**CONFIDENCIALIDAD**

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el encuestador se compromete a mantener la reserva del caso.

**Lea detenidamente los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración.**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Nada Satisfactorio	Poco Satisfactorio	Regular	Satisfactorio	Muy satisfactorio

**A.-DATOS GENERALES**

<b>Edad</b>	25-30	30-35	35-40	Más de 50	
<b>Género</b>	Masculino		Femenino		
<b>Nivel de educación</b>	Posgrado	Superior	Secundaria	Primaria	Ninguno

**B.- Oferta Turística**

N°	Ítem	Parámetro				
		Nada Satisfactorio	Poco	Regular	Satisfactorio	Muy Satisfactorio
		1	2	3	4	5

<b>Servicios Turísticos</b>					
<b>1</b>	Nivel de percepción que ofrecen los establecimientos de alojamiento en el cantón Pallatanga.				
<b>2</b>	Nivel de percepción en los establecimientos de alimentación y bebidas en el cantón Pallatanga.				
<b>3</b>	Nivel de percepción en cuanto al servicio de transporte en el cantón Pallatanga.				
<b>4</b>	Nivel de percepción en los establecimientos de operación e intermediación turística adecuados en el cantón Pallatanga.				
<b>Productos turísticos</b>					
<b>5</b>	Nivel de especialización de las actividades turísticas en el cantón Pallatanga.				
<b>6</b>	Nivel de utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos del cantón Pallatanga.				
<b>7</b>	Nivel a considerar a Pallatanga como destino turístico.				
<b>Recursos turísticos</b>					
<b>8</b>	Estado actual en que se encuentra los recursos naturales del cantón Pallatanga.				
<b>9</b>	Estado actual en que se encuentra los recursos culturales del cantón Pallatanga.				
<b>Infraestructura</b>					
<b>10</b>	Calidad de la infraestructura turística que posee en el cantón Pallatanga.				
<b>11</b>	Calidad de los servicios básicos en el cantón Pallatanga.				
<b>12</b>	Calidad en equipamiento turístico del cantón Pallatanga.				

**“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”**

## Anexo 4. Modelo de encuesta de la Variable Independiente: Facilidades Turísticas



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

**ENCUESTA**  
**Dirigida a: GAD Municipal de Pallatanga**

### “FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

**Encuestador:** Alexis Mauricio Guamán Criollo      **Fecha de la encuesta** \_\_\_\_\_ **Formulario**  
**N°** \_\_\_\_\_

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

El presente instrumento de evaluación tiene como objetivo establecer la influencia de las Facilidades Turísticas en la oferta del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

**INSTRUCCIONES**

- Lea detenidamente cada una de las preguntas del cuestionario
- Marque con una X su respuesta
- Las preguntas tienen únicamente una respuesta
- Califique según su conocimiento, las temáticas indicadas
- Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo e investigación del proyecto

**CONFIDENCIALIDAD**

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el encuestador se compromete a mantener la reserva del caso.

**Lea detenidamente los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración.**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Nada Satisfactorio	Poco Satisfactorio	Regular	Satisfactorio	Muy satisfactorio

#### A.-DATOS GENERALES

<b>Edad</b>	25-30	30-35	35-40	Más de 50		
<b>Género</b>	Masculino		Femenino			
<b>Nivel de educación</b>	Posgrado	Superior	Secundaria	Primaria	Ninguno	

#### B.- Facilidades Turísticas

N°	Ítem	Parámetro				
		Nada Satisfactorio	Poco Satisfactorio	Regular Satisfactorio	Muy Satisfactorio	
		1	2	3	4	5

<b>Servicios Turísticos</b>					
<b>1</b>	Nivel de control y gestión de servidores turísticos por parte del GAD Municipal de Pallatanga.				
<b>2</b>	Nivel de cumplimiento de ordenanzas y resoluciones a los servidores turísticos del cantón Pallatanga.				
<b>3</b>	Nivel de cumplimiento en cuanto a los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos.				
<b>Actividades Turísticas</b>					
<b>4</b>	Evaluación y cumplimiento de la normativa de actividades Turísticas por parte de la GAD Municipal de Pallatanga.				
<b>5</b>	Nivel de cumplimiento en el diseño (creación) de proyectos turísticos por parte del personal del GAD Municipal de Pallatanga.				
<b>6</b>	Nivel de cumplimiento en material promocional y difusión de la actividad turística del cantón.				
<b>Instalaciones</b>					
<b>7</b>	Nivel de infraestructura habilitada en cuanto a puntos de información turística por parte del GAD Municipal de Pallatanga.				
<b>8</b>	Nivel de difusión de mecanismos de protección y conservación de los atractivos turísticos a la ciudadanía.				
<b>9</b>	Nivel de participación conjunta con la comunidad en cuanto a construcciones de facilitación turística.				
<b>10</b>	Nivel de conservación de los senderos habilitados gestionados por el GAD Municipal de Pallatanga.				
<b>Satisfacción</b>					
<b>11</b>	Nivel de Instrumentos de evaluación de la calidad del servicio que efectúan los prestadores de servicios.				
<b>12</b>	Nivel de responsabilidad en cuanto a seguridad en los atractivos y actividades turísticas.				

**“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”**

**Anexo 5. Validación por parte de los expertos, variable independiente “facilidades turísticas”**



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

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:** Quevedo Báez Luis Alberto

**TÍTULO/GRADO:**

PhD	(X)
Doctor	( )
Magíster	( )

**UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo

**FECHA:** 15/09/2020

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

El instrumento de medición pertenece a la variable: Facilidades Turísticas

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>		

**SUGERENCIAS:** .....

Firma del Experto





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

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Velasco Samaniego Víctor Medardo

TÍTULO/GRADO:

PhD	( )
Doctor	( x )
Magíster	( )

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 28/08/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

El instrumento de medición pertenece a la variable: Facilidades Turísticas

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	X		
TOTAL		11	0	

SUGERENCIAS: .....

Firma del Experto

VICTOR  
MEDARDO  
VELASCO  
SAMANIEGO

Firmado  
digitalmente por  
VICTOR MEDARDO  
VELASCO  
SAMANIEGO  
Fecha: 2020.09.10  
12:20:52 -05'00'



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

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:** Renato Hernán Herrera Chávez  
**TÍTULO/GRADO:**

Doctor	( )
Magíster	( x )

**UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo  
**FECHA:** 14/092020

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

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

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	11		

**SUGERENCIAS:** .....

**Firma del Experto**



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

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:** Quintana Puga Danilo Paul

**TÍTULO/GRADO:**

PhD	( )
Doctor	( )
Magíster	( x )

**UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo

**FECHA:** 15/09/2020

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

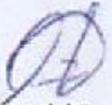
FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

El instrumento de medición pertenece a la variable: Facilidades Turísticas

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>		

**SUGERENCIAS:** .....

  
**Firma del Experto**

**Anexo 6. Validación por parte de los expertos, variable dependiente “oferta”**



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

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:** Quevedo Báez Luis Alberto

**TÍTULO/GRADO:**

PhD.....	( x )
Doctor.....	( )
Magíster...	( )

**UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo

**FECHA:** 15/09/2020

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

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

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	x		
<b>TOTAL</b>				

**SUGERENCIAS:** .....

**Firma del Experto**



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

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:** Velasco Samaniego Víctor Medardo

**TÍTULO/GRADO:**

PhD.....	( )
Doctor.....	( x )
Magister...	( )

**UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo

**FECHA:** 28/08/2020

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>0</b>	

**SUGERENCIAS:** .....

Firma del Experto

**VICTOR  
MEDARDO  
VELASCO  
SAMANIEGO**

Firmado digitalmente  
por VICTOR  
MEDARDO VELASCO  
SAMANIEGO  
Fecha: 2020.09.10  
12:18:06 -05'00'



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

APellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez

Título/Grado:

Doctor.....	( )
Magister...	( X )

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 14/09/2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 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 EXPERTO:** Quintana Puga Danilo Paul

**TÍTULO/GRADO:**

PhD.....	( )
Doctor.....	( )
Magíster...	( x )

**UNIVERSIDAD EN QUE LABORA:** Universidad Nacional de Chimborazo

**FECHA:** 15/09/2020

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcadas con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortaremos 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 facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable 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 de los instrumentos de medición facilitará 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 datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

**SUGERENCIAS:** .....

Firma del Experto

## Anexo 7. Oficio dirigido al GAD municipal del cantón Pallatanga



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



Riobamba, 16 de julio de 2020  
Oficio No. 156-TT-CGYH/T- 2020.

Señor,  
Enrique Granizo  
**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL  
DEL CANTÓN PALLATANGA**  
Presente

De mi consideración:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo a nombre de la Carrera de Turismo/ Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se facilite la información necesaria para la realización del proyecto de Investigación titulado "FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO", proyecto que lo está realizando el Señor Guamán Criollo Alexis Mauricio, estudiante de la Carrera.

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

Atentamente,

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

Copia Archivo

Elaborado por Ximena Yambay

**Anexo 8. Oficio de aceptación del GAD municipal de Pallatanga**

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

 SGC

Shibamba, 16 de julio de 2020  
Oficio No. 156-TT-CGTYH/T- 2020.

Señor  
Enrique Granza  
ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL  
DEL CANTÓN PALLATANGA  
Presente

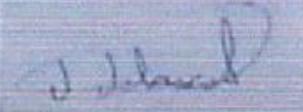
*Dir. documentación  
para el expediente  
de desarrollo local.*  
*K. Granza*  
21.07.2020

De mi consideración:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuosa saludo a nombre de la Carrera de Turismo/ Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por objeto solicitarle autorice a quien corresponda se facilite la información necesaria para la realización del proyecto de Investigación titulado "FACILIDADES TURÍSTICAS Y OFERTA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO", proyecto que lo está realizando el Señor Guamán Criollo Alexis Mauricio, estudiante de la Carrera.

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

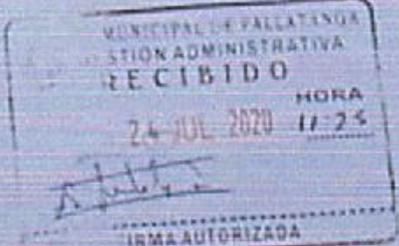
Atentamente,



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

*Unidad Turismo  
Favor cancelar la solicitud  
conforme normativa interna*  
  
*25 Julio 2020*  
*24/07/2020*

Copia Archivada  
Elaborado por Yimena Yambay



Campus Norte Av. Alfonso Urdaz de Suñer, km 1.5, vía a Guaranda, Chimborazo, Ecuador. Tel: 07 372 2111 Fax: 372 2110

## Anexo 9. Presentación de resultados variable dependiente: facilidades turísticas

### A. DATOS GENERALES

#### Edad

Tabla 13. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25-30	13	65,0	65,0	65,0
	35-40	5	25,0	25,0	90,0
	más de 50	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas (2021).

Elaboración propia

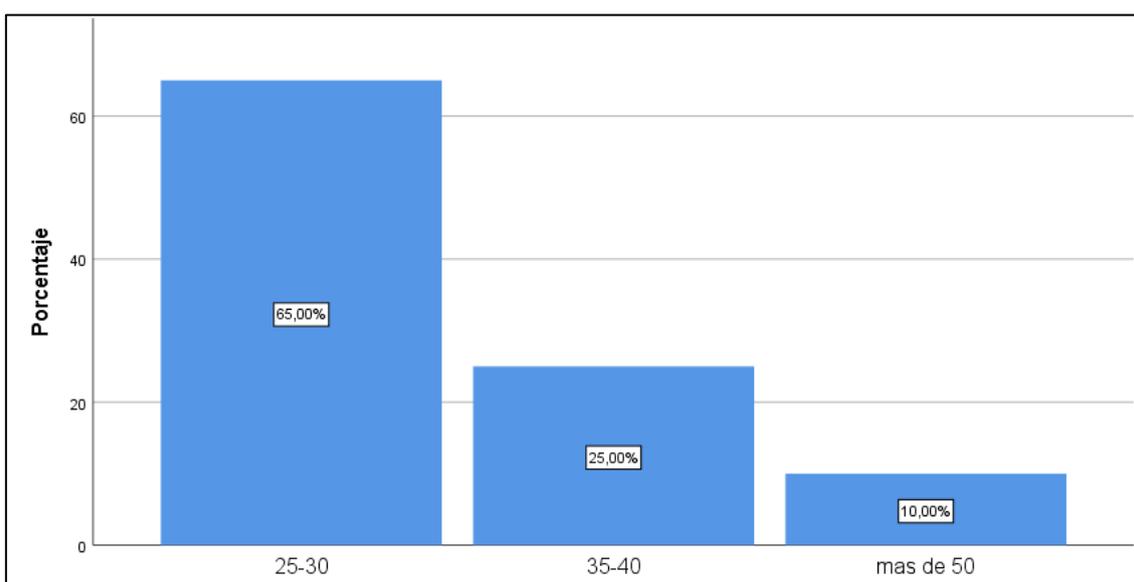


Gráfico 1. Edad

Fuente: Encuestas aplicadas (2021).

Elaboración propia

Se observó de acuerdo al rango de edad que el 65 % de encuestados del GAD cantonal de Pallatanga corresponde a la edad promedio de 25-30 años de edad, el 25 % entre 30-35 años de edad, el 10 % entre más de 50 años de edad. A partir de los resultados se concluye que le mayor porcentaje 65% de los encuestados tienen una edad entre 25- 30 años.

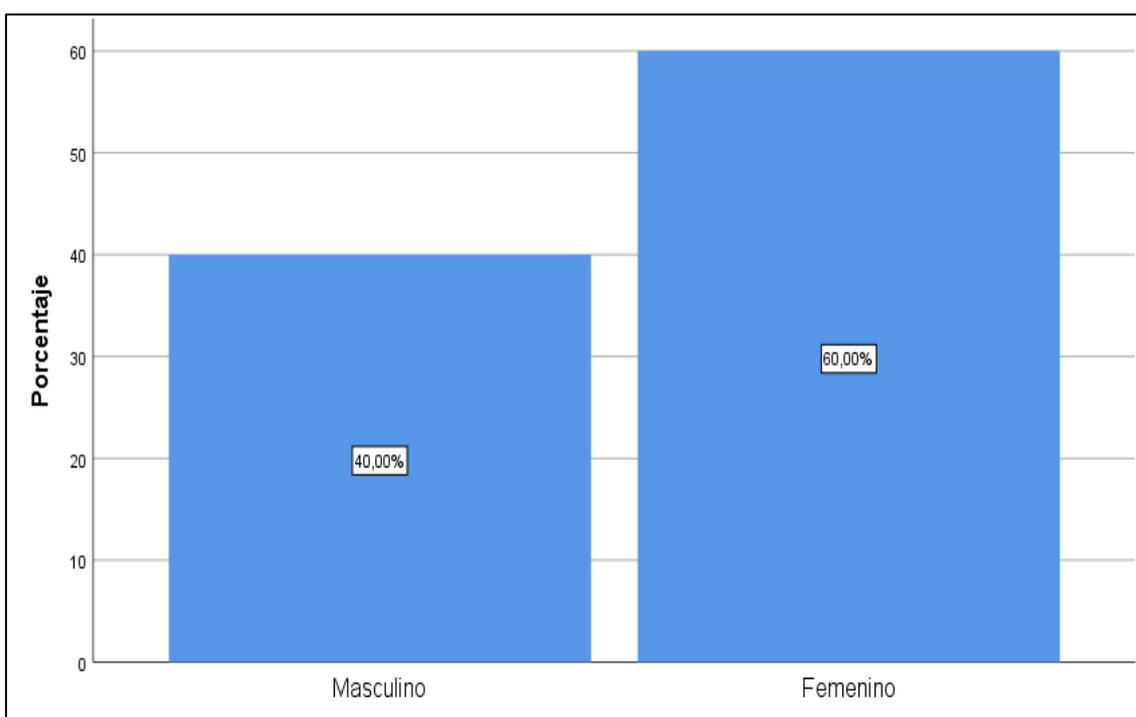
## Género

**Tabla 14.** Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	8	40,0	40,0	40,0
	Femenino	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 2.** Género

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

De acuerdo a la encuesta aplicada se establece que el 40 % de encuestados son de género masculino, mientras que el 60 % pertenece al género femenino. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje 60% de los encuestados son de género femenino.

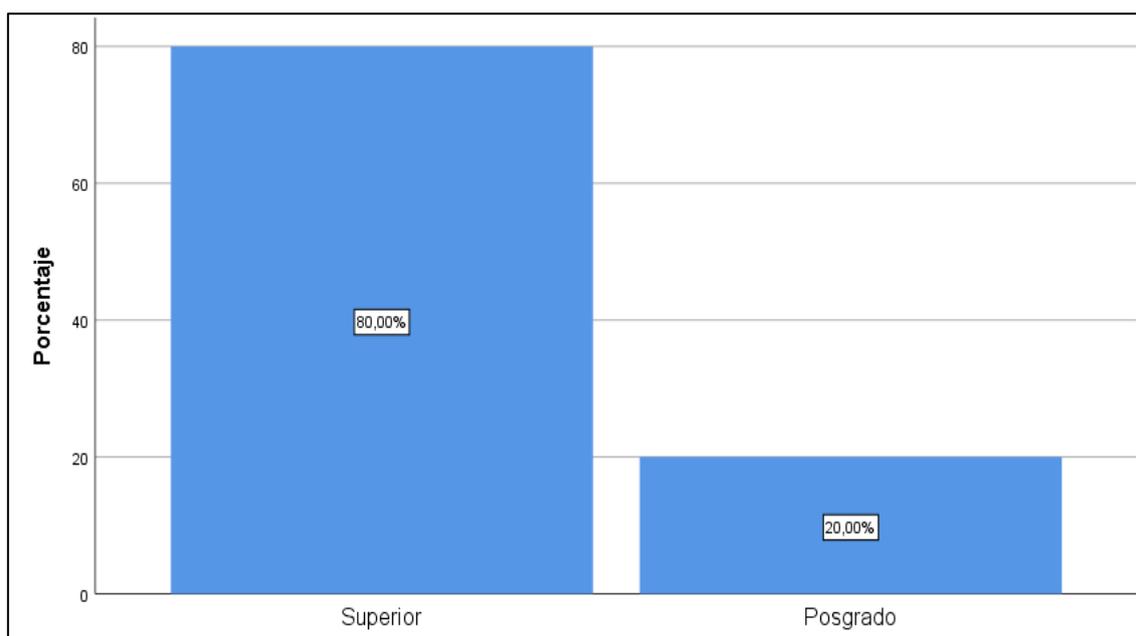
## Nivel de Educación

**Tabla 15.** Nivel de educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Superior	16	80,0	80,0	80,0
	Posgrado	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 3.** Nivel de educación

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que el 80 % de encuestados tienen nivel de educación de superior, siguiendo el nivel de educación posgrado con el 20%. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje 80% posee un nivel de instrucción superior.

## B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

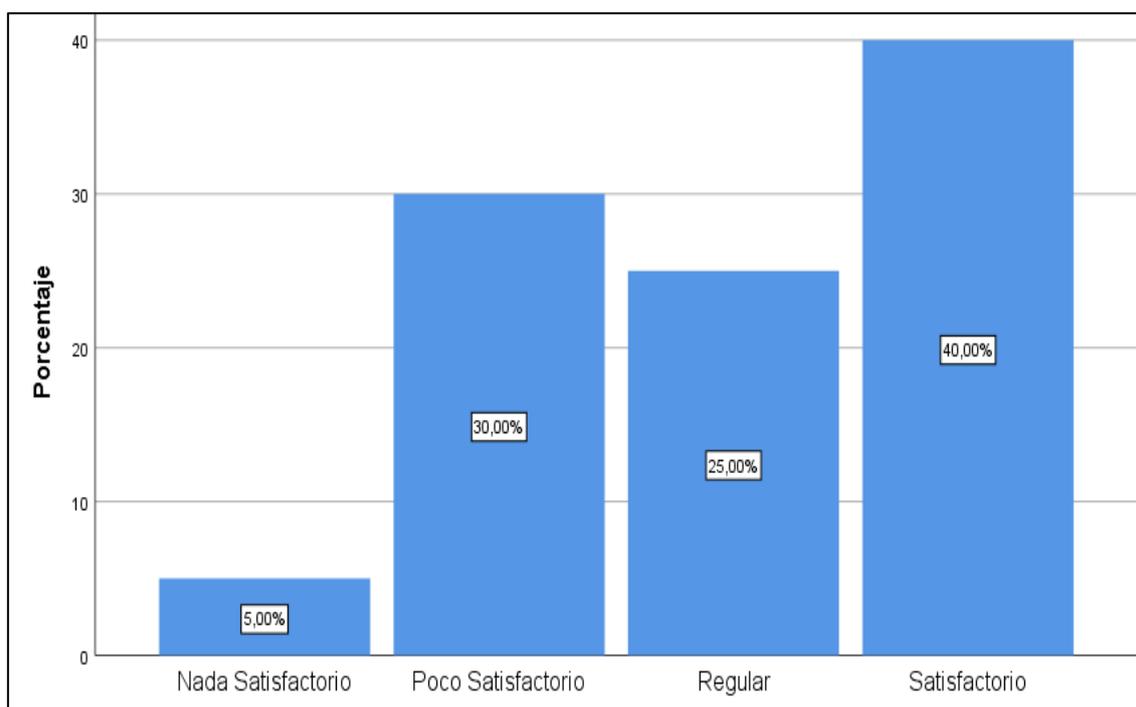
1.- Nivel de control y gestión de servidores turísticos por parte del GAD Municipal de Pallatanga

**Tabla 16** Control y gestión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	6	30,0	30,0	35,0
	Regular	5	25,0	25,0	60,0
	Satisfactorio	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2020).

**Elaboración propia**



**Gráfico 4.** Control y gestión

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2020).

**Elaboración propia**

Se observa que el 5% de los encuestados consideran nada satisfactorio el nivel de control y gestión de servicios turísticos por parte del GAD, un 30 % que es poco satisfactorio, un 25 % como regular y el 40 % como satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de encuestados consideran que el nivel de control y gestión de servicios turísticos es satisfactorio.

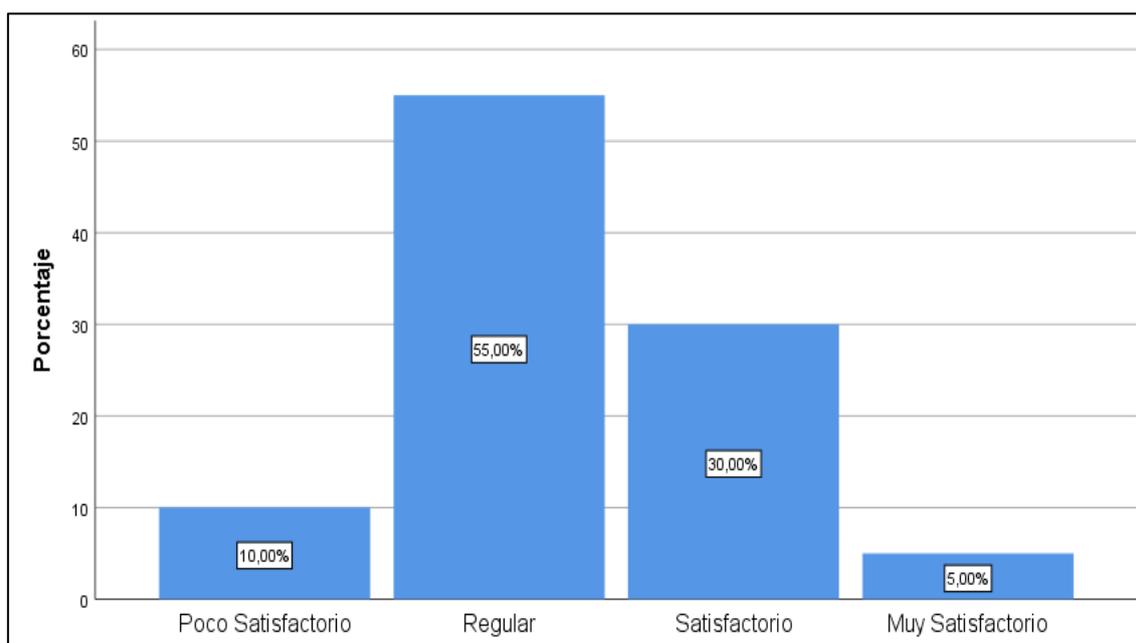
2.- Nivel de cumplimiento de ordenanzas y resoluciones a los servidores turísticos del cantón Pallatanga.

**Tabla 17.** Ordenanzas y resoluciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	2	10,0	10,0	15,0
	Regular	8	40,0	40,0	55,0
	Satisfactorio	7	35,0	35,0	90,0
	Muy Satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 5.** Ordenanzas y resoluciones

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Se observa que el 10% de los encuestados califican poco satisfactorio el cumplimiento de ordenanzas y resoluciones a los servidores turísticos, seguido de regular con el 55%, para el 30% es satisfactorio y para el 5 % es muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califican como regular el cumplimiento de ordenanzas y resoluciones a los servidores turísticos.

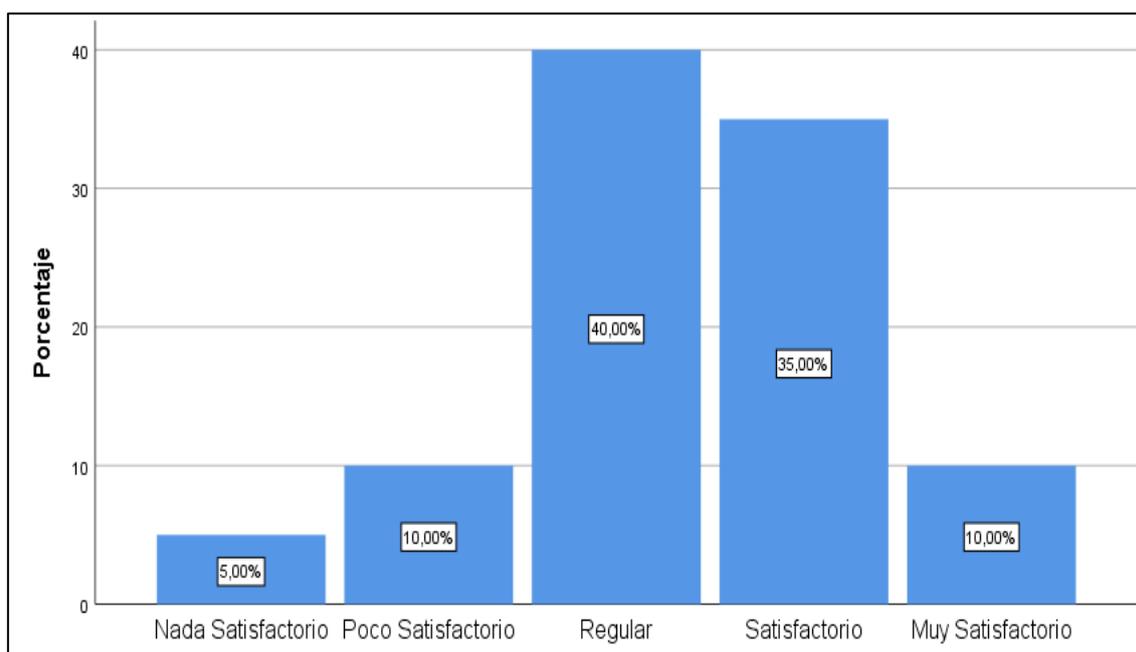
3.- Nivel de cumplimiento en cuanto a los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos.

**Tabla 18** Horarios de funcionamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	2	10,0	10,0	15,0
	Regular	8	40,0	40,0	55,0
	Satisfactorio	7	35,0	35,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 6.** Horarios de funcionamiento

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Del 100 % de encuestados el 5% consideran nada satisfactorio el cumplimiento en cuanto a horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos, el 10 % poco satisfactorio, el 40 % regular, el 35% satisfactorio y el 10 % considera como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados considera como regular al cumplimiento en cuanto a horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos.

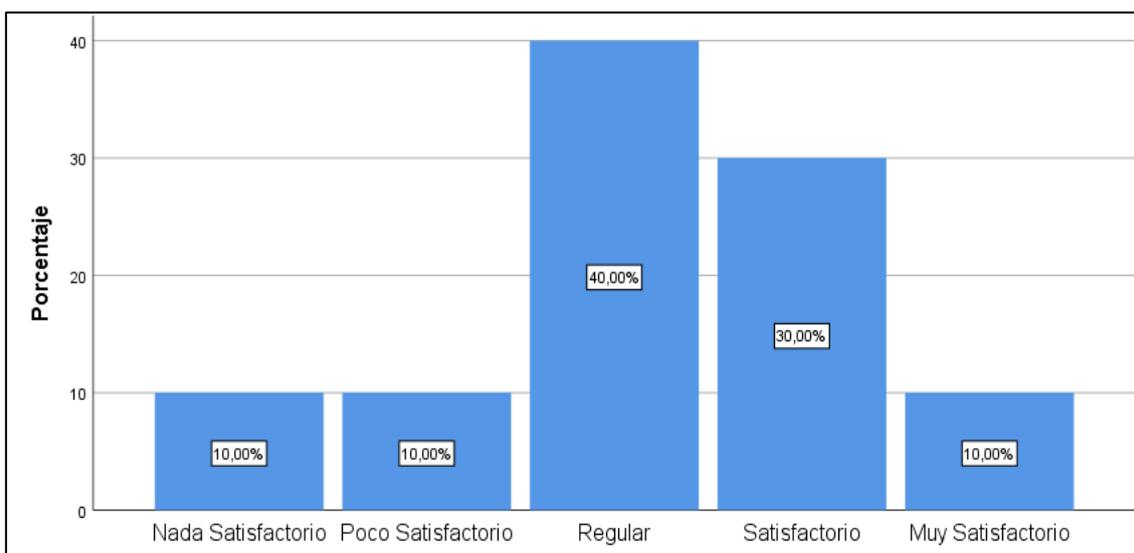
4.- Evaluación y cumplimiento de la normativa de actividades Turísticas por parte de la GAD Municipal de Pallatanga.

**Tabla 19.** Evaluación y cumplimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	2	10,0	10,0	10,0
	Poco satisfactorio	2	10,0	10,0	20,0
	Regular	8	40,0	40,0	60,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 7.** Evaluación y cumplimiento

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se determinó que un 10 % de encuestados califica como nada satisfactorio la evaluación y cumplimiento en cuanto a la normativa de actividades turísticas, el 10 % como poco satisfactorio, el 40 % regular, el 30% satisfactorio y el 10 % como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califican como regular a la evaluación y cumplimiento de la normativa de actividades turísticas por parte de GAD.

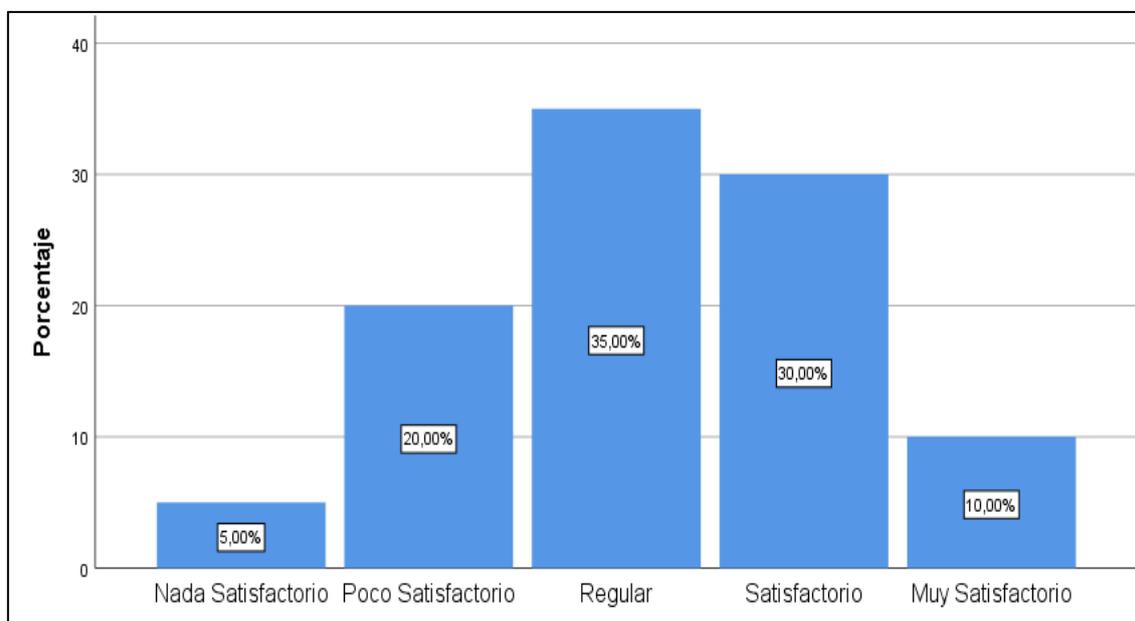
5.- Nivel de cumplimiento en el diseño (creación) de proyectos turísticos por parte del GAD Municipal de Pallatanga.

**Tabla 20.** Diseño de proyectos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	4	20,0	20,0	25,0
	Regular	7	35,0	35,0	60,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 8.** Diseño de proyectos turísticos

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se puede interpretar que el 5 % de encuestados califica como nada satisfactorio al nivel de cumplimiento en cuanto al diseño de proyectos turísticos por el GAD de Pallatanga, el 20 % poco satisfactorio, el 35% regular, el 30% satisfactorio y el 10 % muy satisfactorio. Se concluye el mayor porcentaje de los encuestados considera como regular el nivel de cumplimiento en el diseño de proyectos turísticos por parte del GAD de Pallatanga.

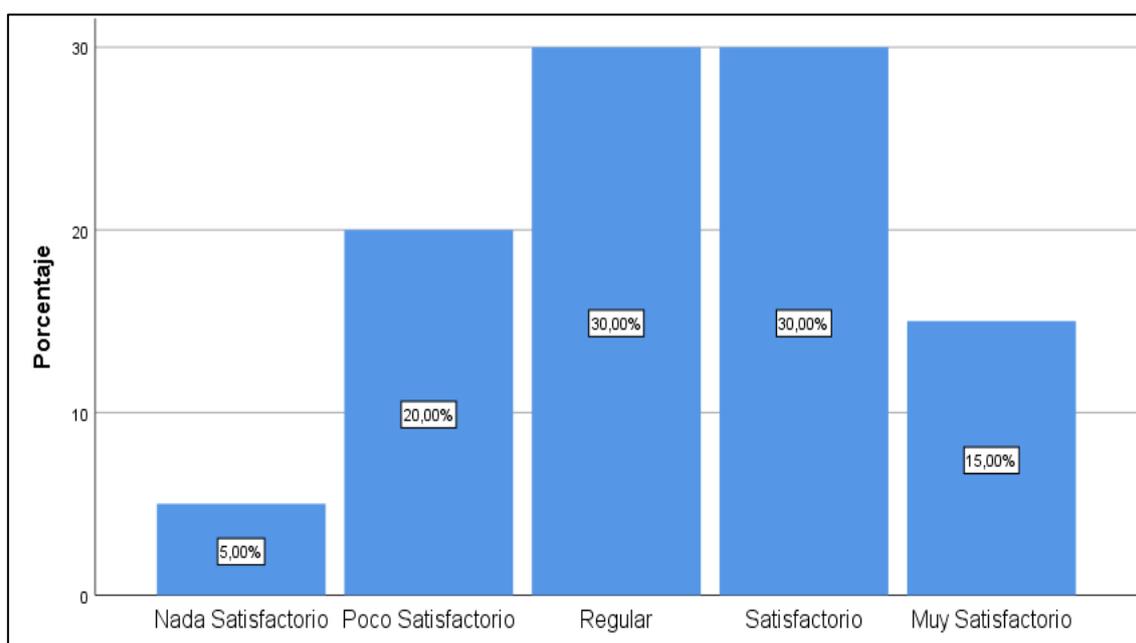
6.- Nivel de cumplimiento en material promocional y difusión de la actividad turística del cantón.

**Tabla 21.** Promoción y difusión.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	4	20,0	20,0	25,0
	Regular	6	30,0	30,0	55,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	85,0
	Muy satisfactorio	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 9.** Promoción y difusión

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2020).

**Elaboración propia**

El 5% de encuestados considera como nada satisfactorio el nivel de cumplimiento en cuanto al material de promoción y difusión de la actividad turística del cantón, seguido del 20% como poco satisfactorio, el 30% como regular, el 30% satisfactorio y el 15% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje se encuentra entre regular y satisfactorio el nivel de cumplimiento en material promocional y difusión de la actividad turística del cantón.

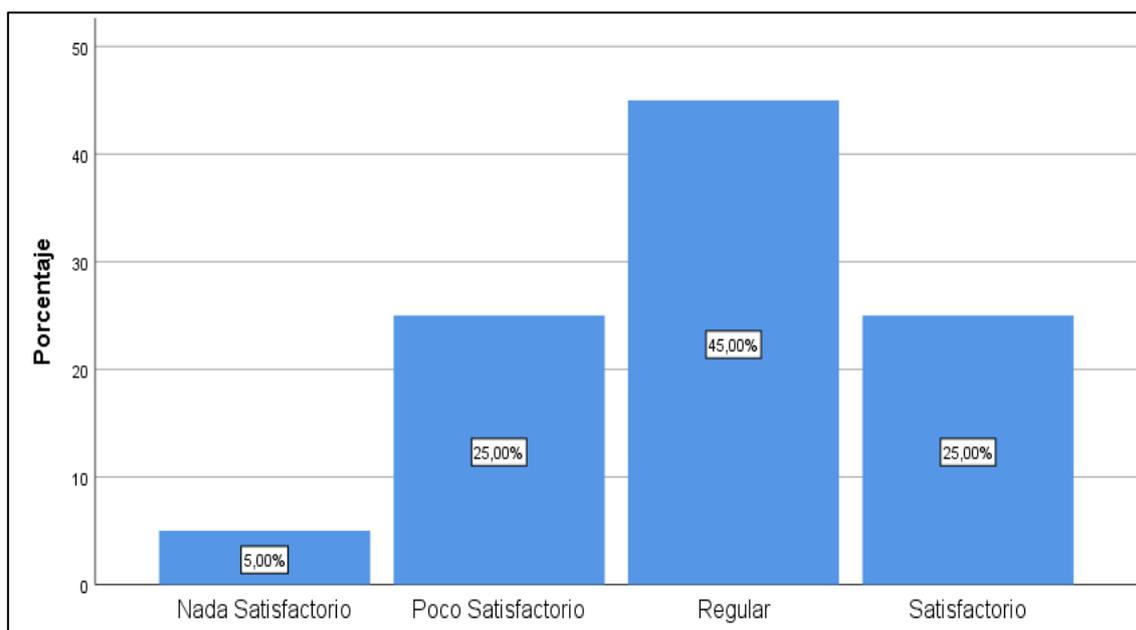
7.- Nivel de infraestructura habilitada en cuanto a puntos de información turística por parte del GAD Municipal de Pallatanga.

**Tabla 22.** Infraestructura habilitada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	30,0
	Regular	9	45,0	45,0	75,0
	Satisfactorio	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 10.** Infraestructura habilitada

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se determina que el 5% de encuestados califica al nivel de infraestructura habilitada en cuanto a puntos de información turística como Nada satisfactorio, el 25 % poco satisfactorio, el 45% como regular y el 25% como satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califica como regular al nivel de infraestructura habilitada en cuanto a puntos de información turística.

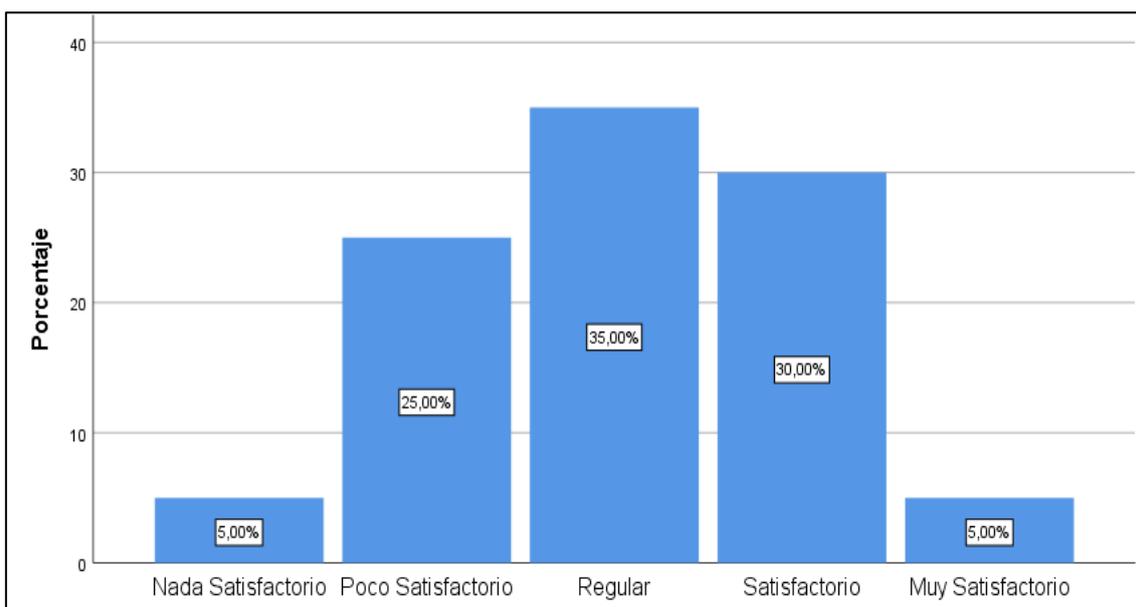
8.- Nivel de difusión de mecanismos de protección y conservación de los atractivos turísticos a la ciudadanía.

**Tabla 23.** Protección y conservación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	30,0
	Regular	7	35,0	35,0	65,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 11.** Protección y conservación

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

El 5% de encuestados valora como nada satisfactorio al nivel de difusión en cuanto a mecanismos de protección y conservación de los atractivos turísticos, seguido del 25% como poco satisfactorio, el 35% como regular, el 30% como satisfactorio y el 5% como muy satisfactorio. Se concluye el mayor porcentaje de los encuestados consideran como regular el nivel de difusión en cuanto a mecanismos de protección y conservación de los atractivos turísticos.

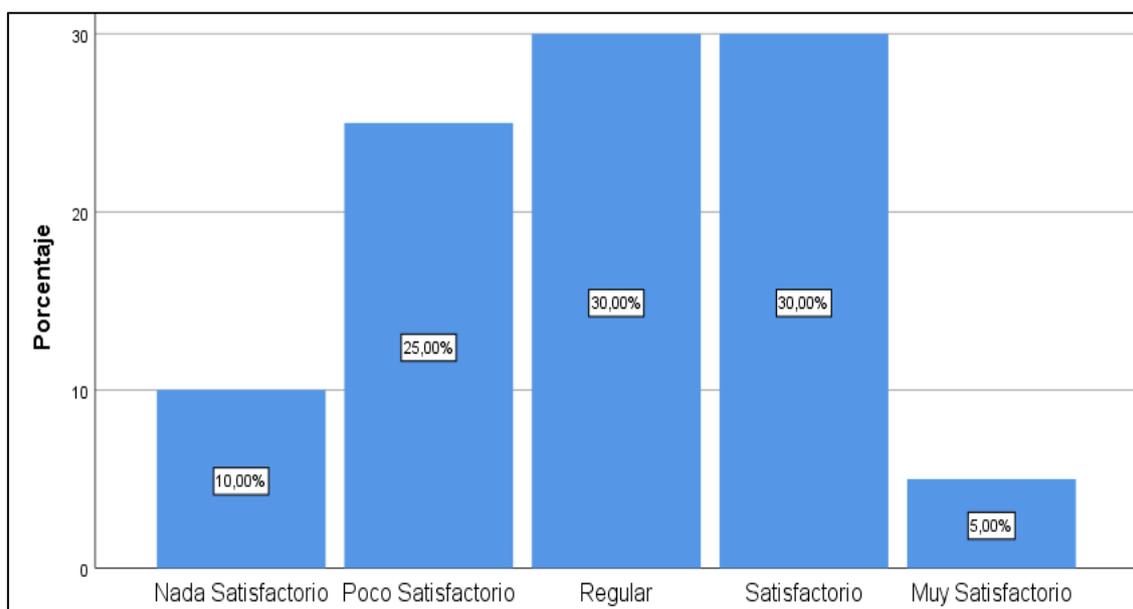
9.- Nivel de participación conjunta con la comunidad en cuanto a construcciones de facilitación turística.

**Tabla 24.** Participación conjunta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	2	10,0	10,0	10,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	35,0
	Regular	6	30,0	30,0	65,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 12.** Participación conjunta

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se determina que el 10 % de encuestados valora como nada satisfactorio el nivel de participación conjunta con la comunidad en cuanto a construcciones de facilitación turística, el 25 % como poco satisfactorio, el 30% como regular, el 30% como satisfactorio y el 5% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de encuestados su calificación se encuentra entre regular y satisfactorio en cuanto al nivel de participación conjunta con la comunidad en cuanto a construcciones de facilitación turística.

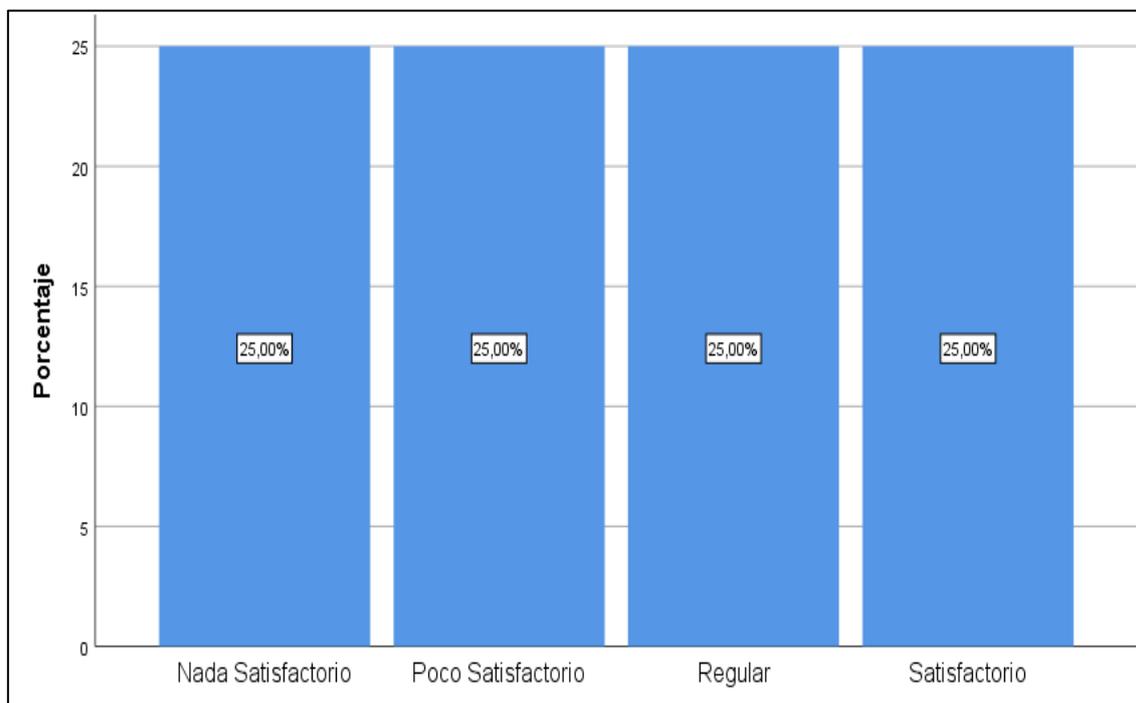
10.- Nivel de conservación de los senderos habilitados gestionados por el GAD Municipal de Pallatanga.

**Tabla 25.** Conservación de senderos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	5	25,0	25,0	25,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	50,0
	Regular	5	25,0	25,0	75,0
	Satisfactorio	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 13.** Conservación de senderos

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se determina que el 25% de encuestados valora como nada satisfactorio el nivel de conservación de los senderos habilitados, el 25 % como poco satisfactorio, el 25% como regular y el 25% como satisfactorio. Se concluye que el porcentaje obtenido abarca para todos los niveles de valoración como se encuentra en el gráfico.

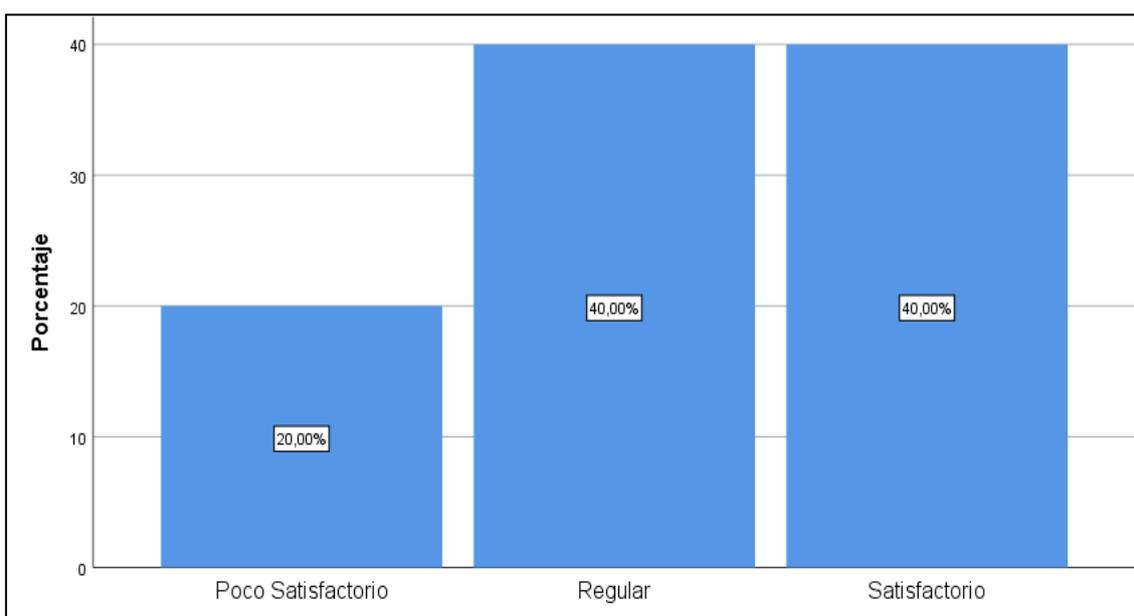
11.- Nivel de instrumento de evaluación de la calidad de servicio que efectúan los prestadores de servicios.

**Tabla 26.** Instrumento de evaluación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfactorio	4	20,0	20,0	20,0
	Regular	8	40,0	40,0	60,0
	Satisfactorio	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 14.** Instrumento de evaluación

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se determina que el 20 % de encuestados valora como poco satisfactorio el nivel de instrumentos de evaluación de calidad de servicios que efectúan los prestadores de servicios, el 40% como regular y el 40% como satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de encuestados su calificación se encuentra entre regular y satisfactorio en cuanto al nivel de instrumentos de evaluación de calidad de servicios que efectúan los prestadores de servicios.

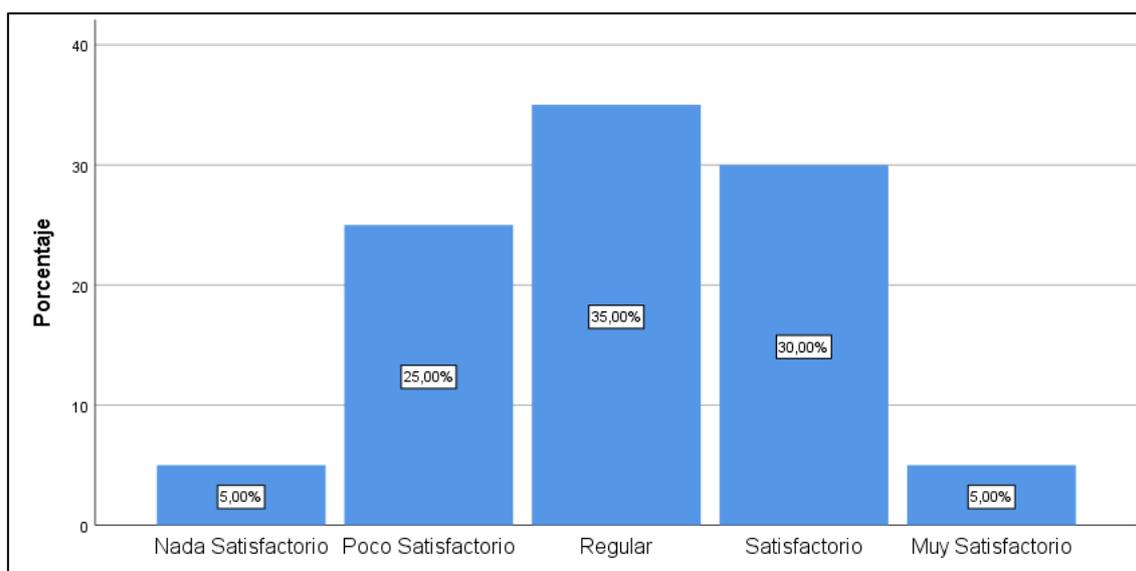
12.- Nivel de responsabilidad en cuanto a seguridad en los atractivos y actividades turísticas.

**Tabla 27.** Responsabilidad en seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	30,0
	Regular	7	35,0	35,0	65,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 15.** Responsabilidad en seguridad

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Conforme a los datos obtenidos se determina que el 5% de encuestados valora como nada satisfactorio el nivel de responsabilidad en cuanto a seguridad en los atractivos y actividades turísticas, el 25 % como poco satisfactorio, el 35% como regular, el 30% como satisfactorio y el 5% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de encuestados la calificación es regular al nivel de responsabilidad en cuanto a la seguridad en los atractivos y actividades turísticas.

## Anexo10. Presentación de resultados variable independiente: oferta turística

### A. DATOS GENERALES

#### Edad

Tabla 28. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25-30	16	80,0	80,0	80,0
	30-35	3	15,0	15,0	95,0
	35-40	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas (2021).

Elaboración propia

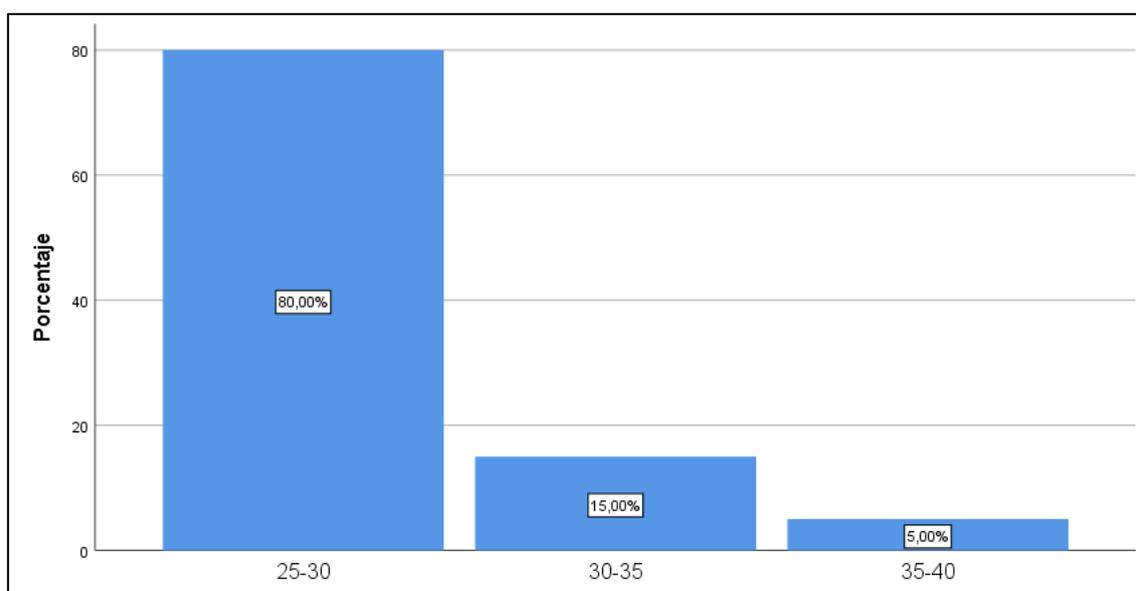


Gráfico 16. Edad

Fuente: Encuestas aplicadas (2021).

Elaboración propia

Se observó de acuerdo al rango de edad que el 80 % de encuestados corresponde a la edad promedio de 25-30 años de edad, el 15 % entre 30-35 años de edad y el 5 % entre 35-40 años de edad. A partir de los resultados se concluye que el mayor porcentaje 80% de los encuestados tiene una edad entre 25 a 30 años de edad.

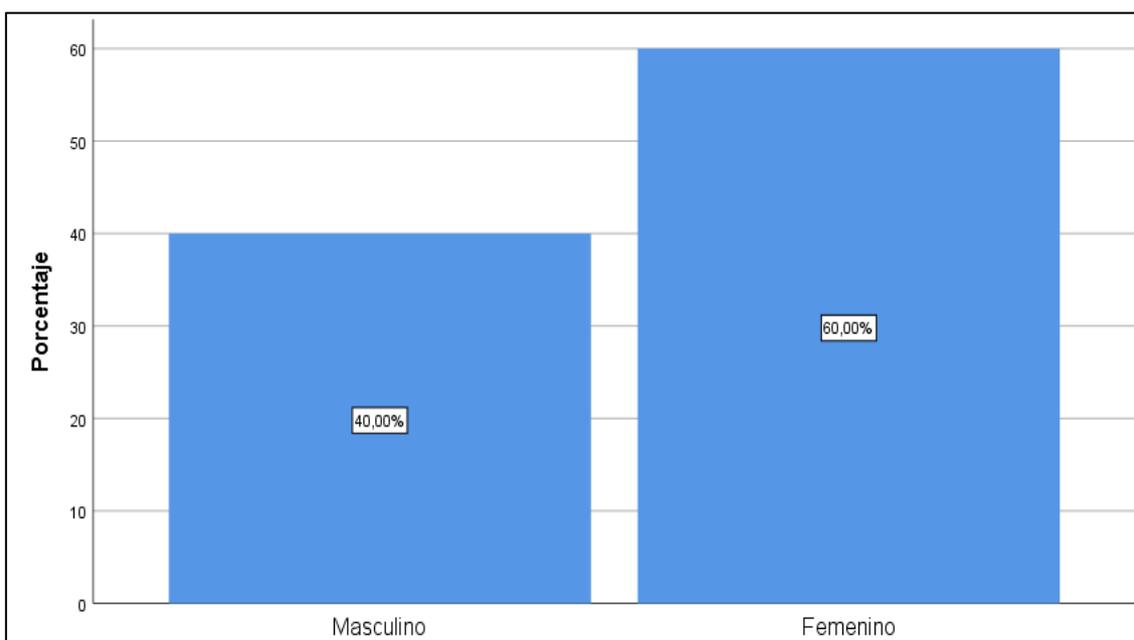
## Género

**Tabla 29.** Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	8	40,0	40,0	40,0
	Femenino	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 17.** Género

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

De acuerdo a la encuesta aplicada se establece que el 40% de los encuestados son de género masculino, mientras que el 60% pertenece al género femenino. A partir de los resultados se concluye el mayor porcentaje del 60% de los encuestados son de género femenino.

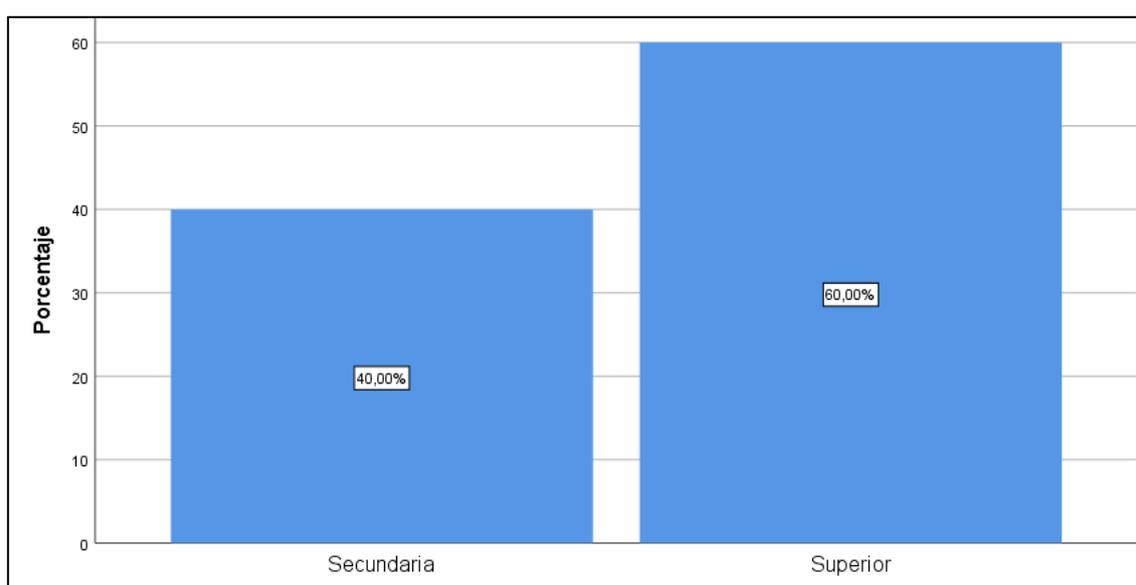
## Nivel de Educación

**Tabla 30.** Nivel de educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	8	40,0	40,0	40,0
	Superior	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 181.** Nivel de educación

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que el 40% de encuestados tienen un nivel de educación secundaria, siguiendo el nivel de educación superior con el 60%. A partir de los resultados se concluye el mayor porcentaje de los encuestados 60% posee un nivel de académico superior.

## B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

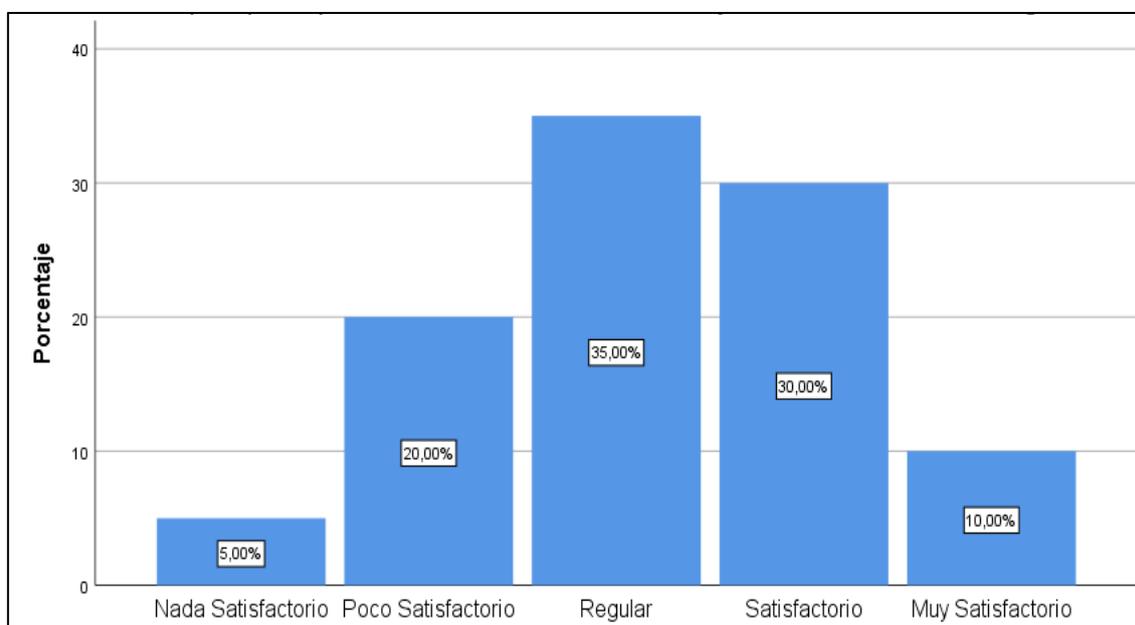
1.- Nivel de percepción que ofrecen los establecimientos de alojamiento en el cantón Pallatanga.

**Tabla 31.** Alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Poco satisfactorio	4	20,0	20,0	25,0
	Regular	7	35,0	35,0	60,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 19.** Alojamiento

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se observa que el 5 % califica al nivel de percepción que ofrecen los establecimientos de alojamiento como nada satisfactorio, el 20 % como poco satisfactorio, el 35 % como regular, el 30% como satisfactorio y el 10% muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados define al nivel de percepción en cuanto a los establecimientos de alojamiento como regular.

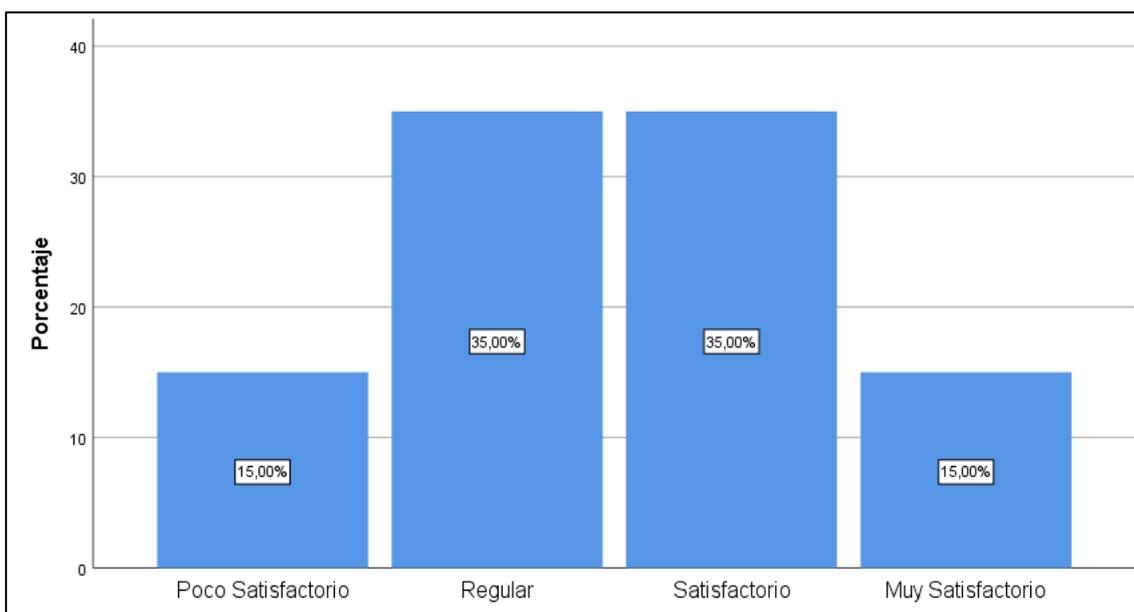
2.- Nivel de percepción en los establecimientos de alimentación y bebidas en el cantón Pallatanga.

**Tabla 32.** Alimentación y bebidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfactorio	3	15,0	15,0	15,0
	Regular	7	35,0	35,0	50,0
	Satisfactorio	7	35,0	35,0	85,0
	Muy satisfactorio	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 20.** Alimentación y bebidas

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Se observa que el 15% de los encuestados califica al nivel de percepción en los establecimientos de alimentación y bebidas como poco satisfactorio, el 35% como regular y satisfactorio y para el 15% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados define al nivel de percepción en cuanto a los establecimientos de alimentación y bebidas como regular y satisfactorio.

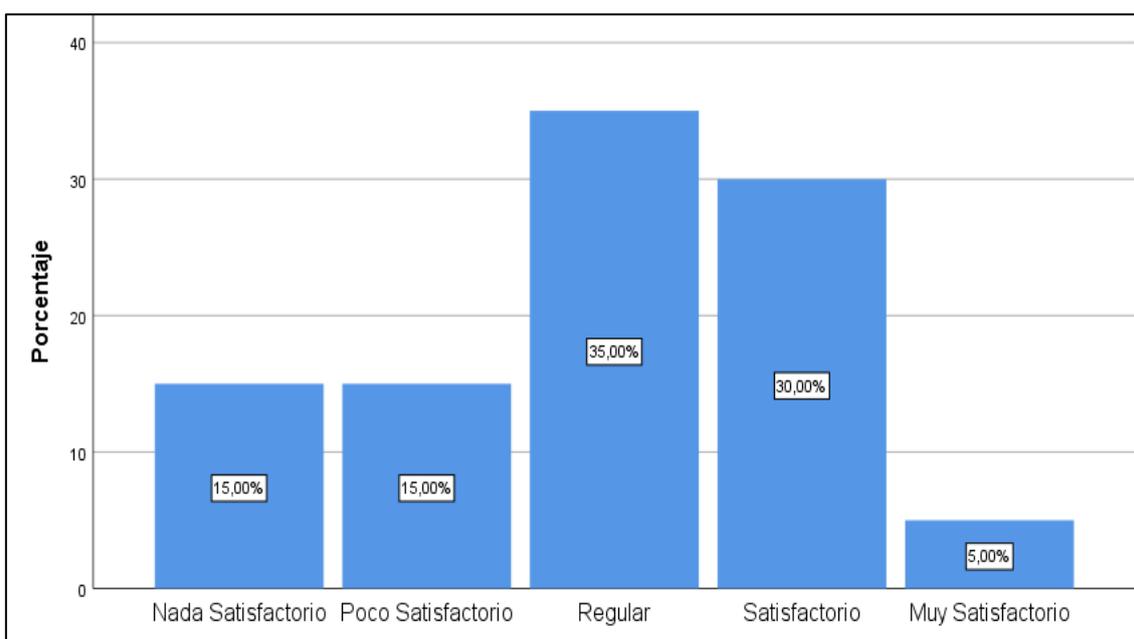
### 3.- Nivel de percepción en cuanto al servicio de transporte en el cantón Pallatanga.

**Tabla 33.** Transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	3	15,0	15,0	15,0
	Poco satisfactorio	3	15,0	15,0	30,0
	Regular	7	35,0	35,0	65,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 21.** Transporte

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Se observa que del 100 % de encuestados el 15% de los encuestados califica como nada satisfactorio al nivel de percepción del servicio de transporte del cantón Pallatanga, coincidiendo con el 15 % poco satisfactorio, el 35 % como regular, el 30% como satisfactorio y el 5% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados define en cuanto al nivel de percepción en el servicio de transporte como regular.

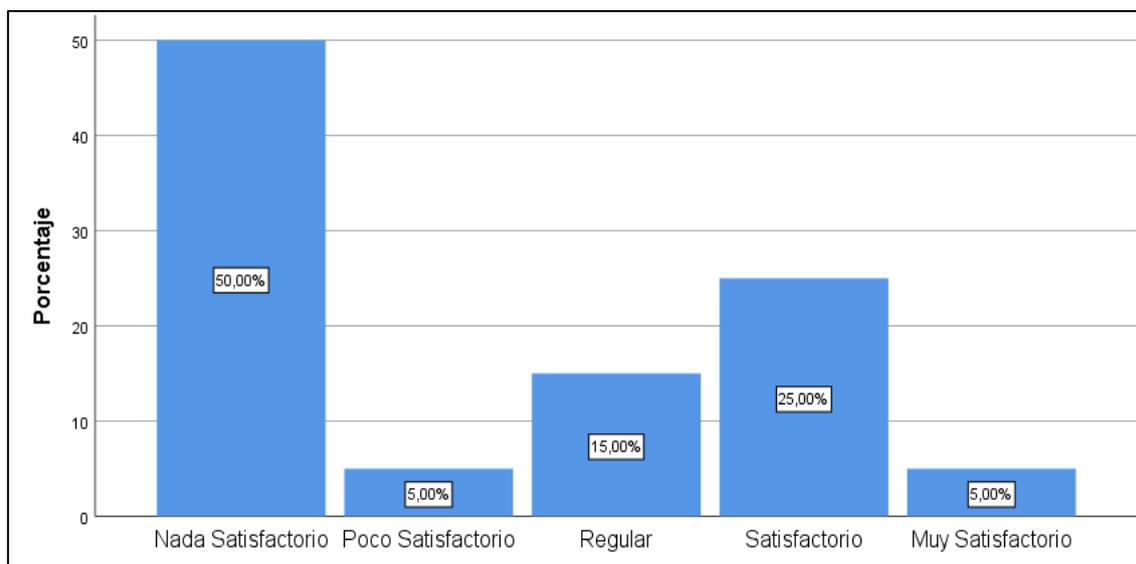
4.- Nivel de percepción en los establecimientos de operación e intermediación turística adecuados en el cantón Pallatanga.

**Tabla 34.** Operación e intermediación turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	10	50,0	50,0	50,0
	Poco satisfactorio	1	5,0	5,0	55,0
	Regular	3	15,0	15,0	70,0
	Satisfactorio	5	25,0	25,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 22.** Operación e intermediación turística

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se determinó que un 50 % de encuestados califica como nada satisfactorio en cuanto a los establecimientos de operación e intermediación turística, el 5 % como poco satisfactorio, el 15% como regular, el 25% como satisfactorio y el 5 % como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados califican como nada satisfactorio a los establecimientos de operación e intermediación turística.

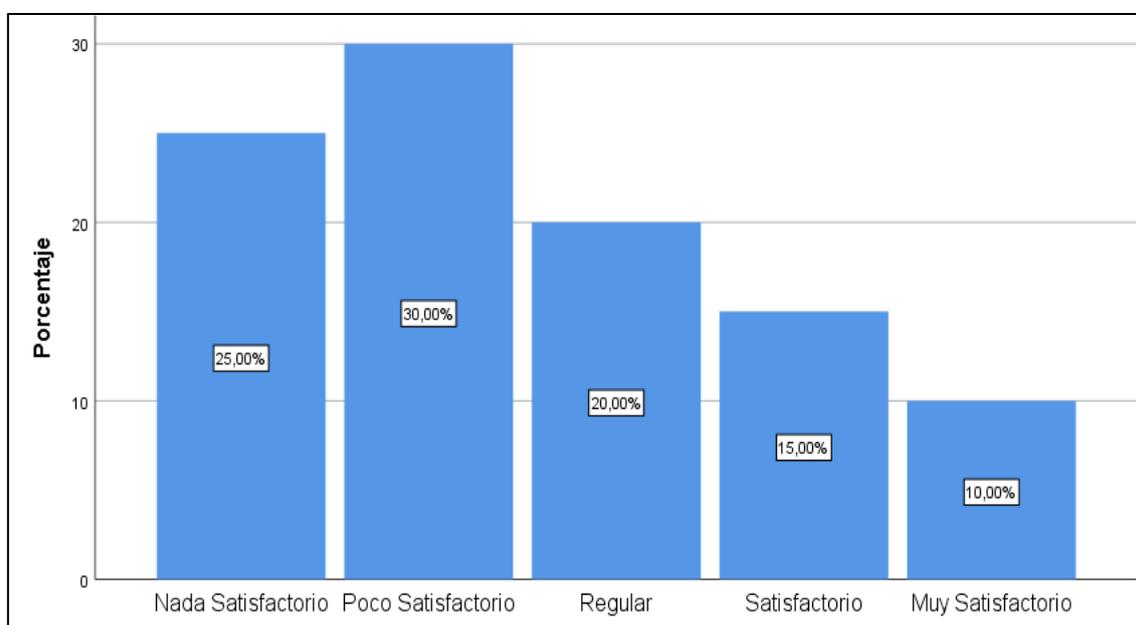
5.- Nivel de especialización de las actividades turísticas en el cantón Pallatanga.

**Tabla 35.** Actividades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	5	25,0	25,0	25,0
	Poco satisfactorio	6	30,0	30,0	55,0
	Regular	4	20,0	20,0	75,0
	Satisfactorio	3	15,0	15,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 23.** Actividades turísticas

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se puede interpretar que el 25% de encuestados califica al nivel de especialización de las actividades turísticas como nada satisfactorio, el 30 % como poco satisfactorio, el 20% regular, el 15% como satisfactorio y el 10% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados consideran como nada satisfactorio al nivel de especialización de las actividades turísticas en el cantón.

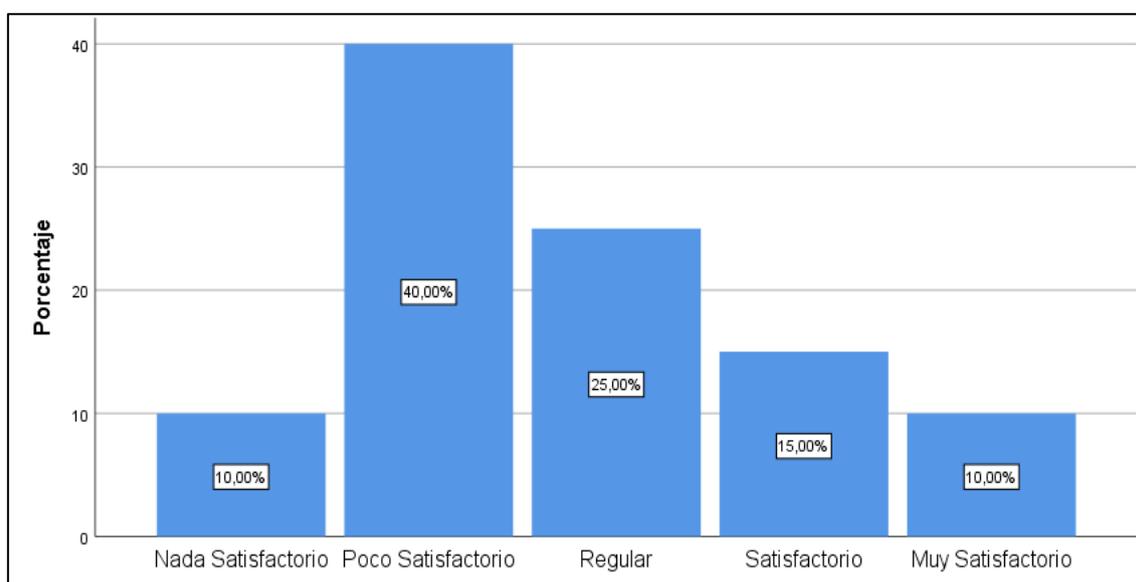
6.- Nivel de utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos del cantón Pallatanga.

**Tabla 36.** Comercialización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	2	10,0	10,0	10,0
	Poco satisfactorio	8	40,0	40,0	50,0
	Regular	5	25,0	25,0	75,0
	Satisfactorio	3	15,0	15,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 24.** Comercialización

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

El 10% de encuestados valora como nada satisfactorio al nivel de utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos, seguido del 40% como poco satisfactorio, 25% como regular, el 15% como satisfactorio y 10% como muy satisfactorio. Se concluye el porcentaje mayor de los encuestados define al nivel de utilidad de los medios de comercialización de los productos turísticos como poco satisfactorio.

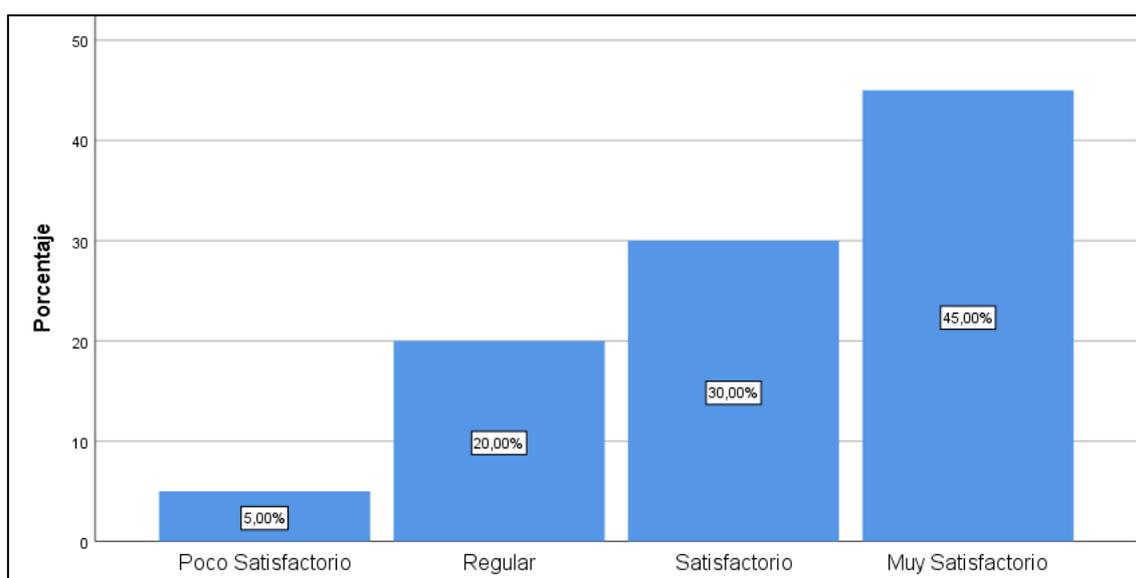
## 7.- Nivel a considerar a Pallatanga como destino turístico.

**Tabla 37.** Destino turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfactorio	1	5,0	5,0	5,0
	Regular	4	20,0	20,0	25,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	55,0
	Muy satisfactorio	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 25.** Destino turístico

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Según los datos obtenidos se determina que el 5% de encuestados califica el nivel a considerar a Pallatanga como destino turístico como poco satisfactorio, seguido del 20% como regular, el 30% satisfactorio y el 45% como muy satisfactorio. Se concluye que el mayor porcentaje de los encuestados en cuanto al nivel a considerar a Pallatanga como destino turístico define como muy satisfactorio.

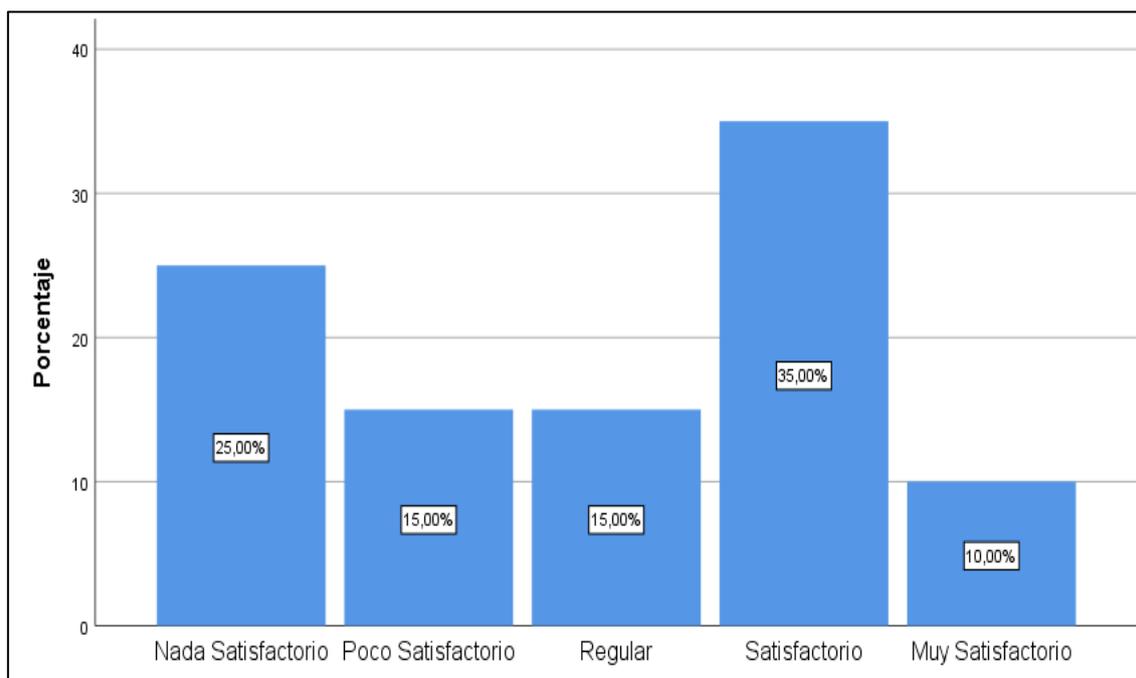
8.- Estado actual en que se encuentra los recursos naturales del cantón Pallatanga.

**Tabla 38.** Recursos naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	5	25,0	25,0	25,0
	Poco satisfactorio	3	15,0	15,0	40,0
	Regular	3	15,0	15,0	55,0
	Satisfactorio	7	35,0	35,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 26.** Recursos naturales

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Se puede observar que el 25% de encuestados considera estado actual en que se encuentra los recursos naturales del cantón como nada satisfactorio, seguido del 15% como poco satisfactorio, el 15% como regular, el 35% como satisfactorio y el 10% como muy satisfactorio. Se concluye que el porcentaje mayor de los encuestados define al estado actual en que se encuentran los recursos naturales del cantón como satisfactorio.

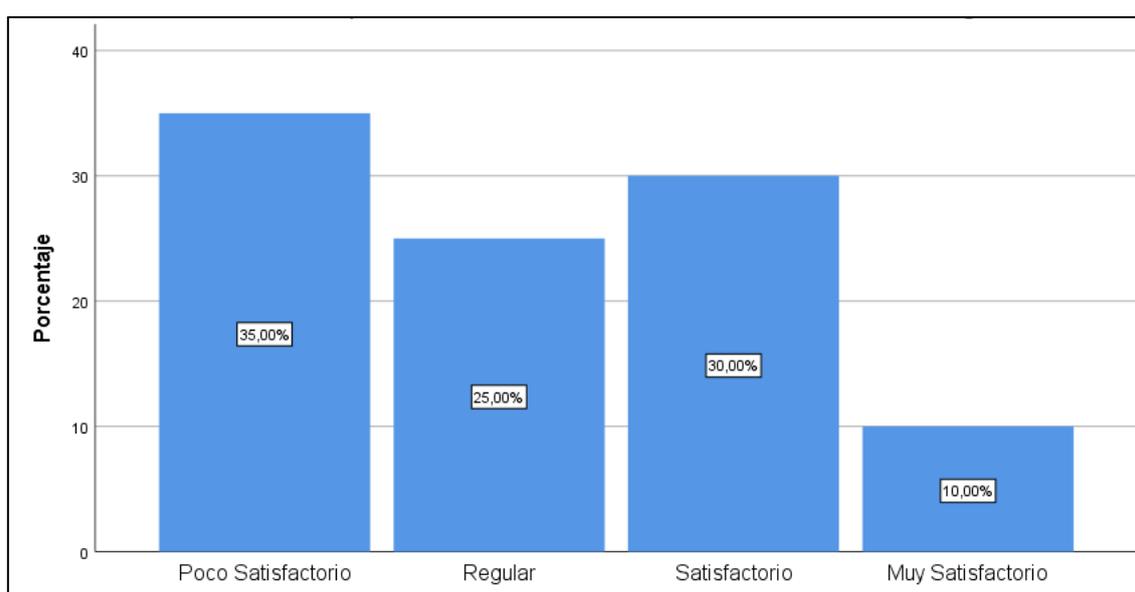
9.- Estado actual en que se encuentra los recursos culturales del cantón Pallatanga.

**Tabla 39.** Recursos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfactorio	7	35,0	35,0	35,0
	Regular	5	25,0	25,0	60,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	90,0
	Muy satisfactorio	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 27.** Recursos culturales

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

El 35% de encuestados considera poco satisfactorio en cuanto al estado actual en el que se encuentran los recursos culturales, el 25% como regular, seguido del 30% que lo considera como satisfactorio y el 10 % como muy satisfactorio. En conclusión, la mayor parte de encuestados consideran que el estado actual de los recursos culturales es considerado como poco satisfactorio.

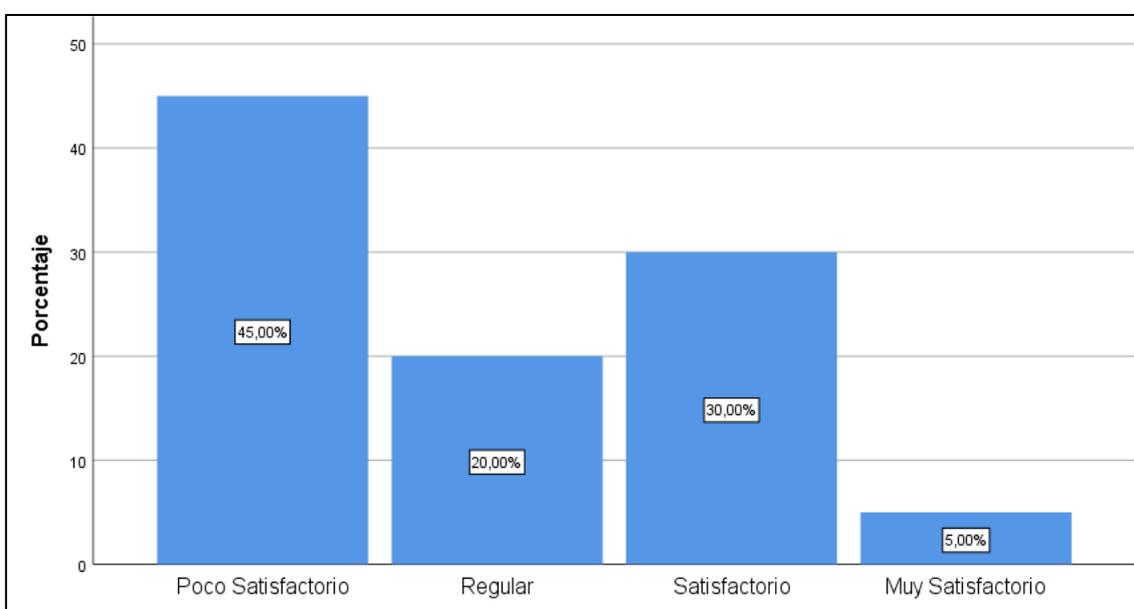
10.- Calidad de la infraestructura turística que posee en el cantón Pallatanga.

**Tabla 40.** Infraestructura turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfactorio	9	45,0	45,0	45,0
	Regular	4	20,0	20,0	65,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 28.** Infraestructura turística

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

El 45% de encuestados considera poco satisfactorio en cuanto a la calidad de infraestructura turística que posee el cantón, el 20% como regular, seguido del 30% que lo considera como satisfactorio y el 5 % como muy satisfactorio. Se concluye que la mayor parte de encuestados consideran que la calidad de infraestructura turística que posee el cantón sea considerada como poco satisfactorio.

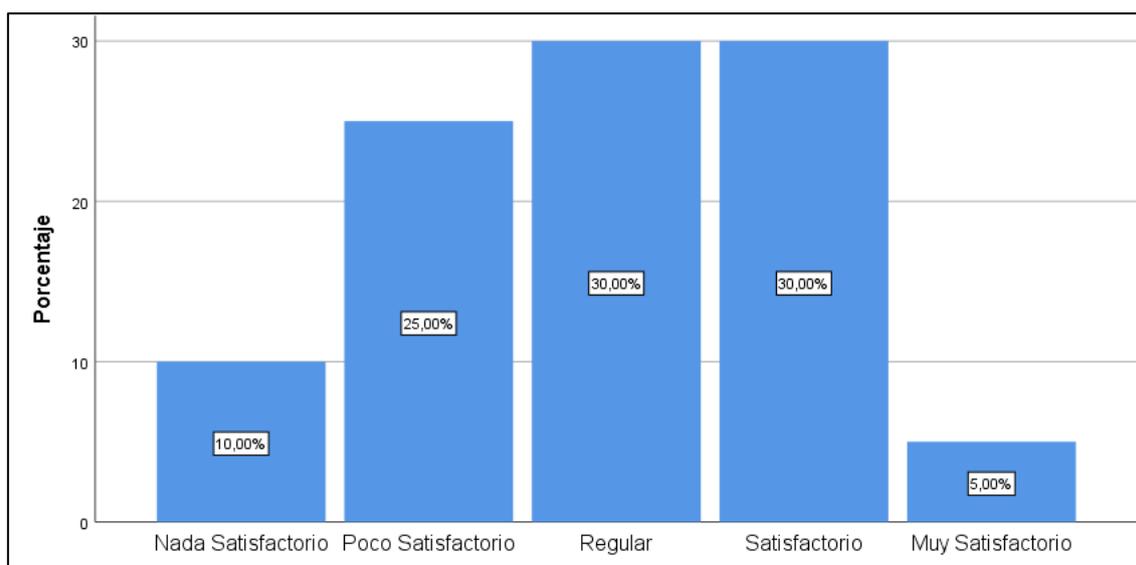
## 11.- Calidad de los servicios básicos en el cantón Pallatanga.

**Tabla 41.** Servicios básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	2	10,0	10,0	10,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	35,0
	Regular	6	30,0	30,0	65,0
	Satisfactorio	6	30,0	30,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 29.** Servicios básicos

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Se puede observar que el 10% de encuestados considera a la calidad de los servicios básicos del cantón como nada satisfactorio, seguido del 25% como poco satisfactorio, el 30% como regular y satisfactorio y el 5% como muy satisfactorio. Se concluye que el porcentaje mayor de los encuestados define a la calidad de los servicios básicos del cantón entre regular y satisfactorio.

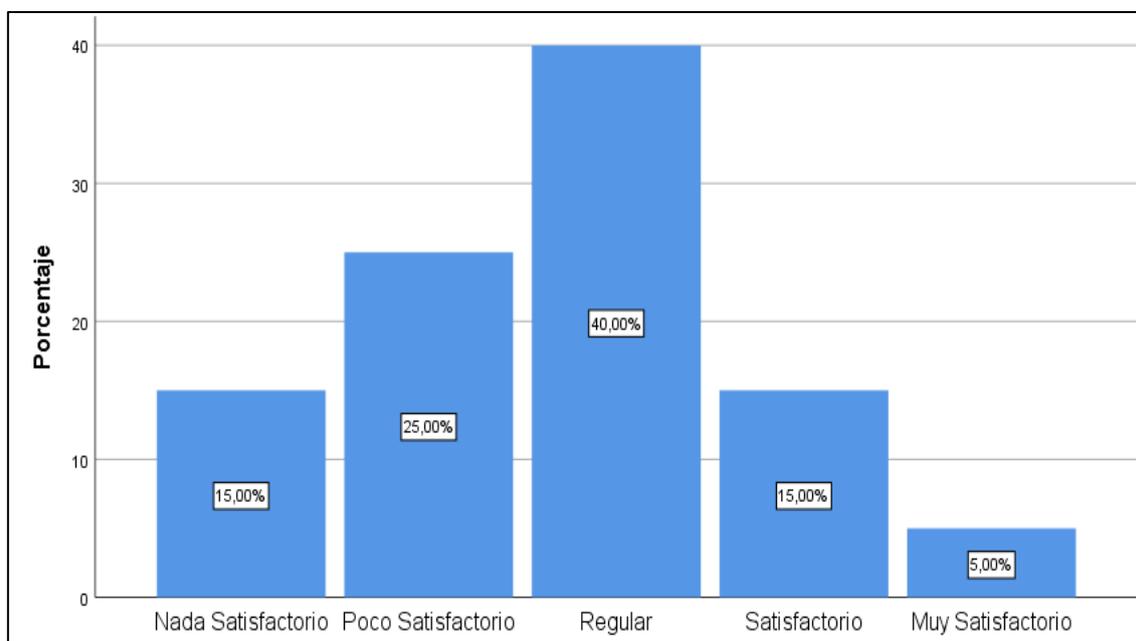
## 12.- Calidad en equipamiento turístico del cantón Pallatanga.

**Tabla 42.** Equipamiento turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfactorio	3	15,0	15,0	15,0
	Poco satisfactorio	5	25,0	25,0	40,0
	Regular	8	40,0	40,0	80,0
	Satisfactorio	3	15,0	15,0	95,0
	Muy satisfactorio	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**



**Gráfico 30.** Equipamiento turístico

**Fuente:** Encuestas aplicadas (2021).

**Elaboración propia**

Se puede observar que el 15% de encuestados piensa que calidad en equipamiento turístico del cantón como nada satisfactorio, seguido del 25% como poco satisfactorio, el 40% como regular, el 15% como satisfactorio y el 5% como muy satisfactorio. Se concluye que el porcentaje mayor de los encuestados define a la calidad en equipamiento turístico del cantón como regular.