



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO**

Sistemas de Información Geográfica para la Promoción Turística de la Parroquia Facundo  
Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo**

**Autora:**

**Jaramillo Ramos, Leydi Paulina**

**Tutor:**

**Mgs. Henry Mauricio Villa Yánez**

**Riobamba, Ecuador. 2025**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Leydi Paulina Jaramillo Ramos, con cédula de ciudadanía 180438696-7, autor (a) del trabajo de investigación titulado: Sistemas de Información Geográfica para la Promoción Turística de la Parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 24 de enero del 2025



---

Leydi Paulina Jaramillo Ramos

C.I: 180438696-7

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Henry Mauricio Villa Yánez catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Sistemas de Información Geográfica para la Promoción Turística de la Parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, bajo la autoría de Leydi Paulina Jaramillo Ramos; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 24 días del mes de enero del 2025



Henry Mauricio Villa Yánez

C.I: 060392349-1

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Sistemas de Información Geográfica para la Promoción Turística de la Parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, presentado por Leydi Paulina Jaramillo Ramos, con cédula de identidad número 180438696-7, bajo la tutoría de Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 24 de enero de 2025

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Mgs. Pablo Martí Méndez Naranjo  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**





# CERTIFICACIÓN

Que, **JARAMILLO RAMOS LEYDI PAULINA** con CC: **180438696-7**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA FACUNDO VELA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR**", cumple con el 5 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 16 de diciembre de 2024



Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez  
TUTOR

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada:

A mis padres que me apoyaron y estuvieron conmigo es todo este proceso y que gracias a ellos soy la persona que soy el día de hoy.

A mis hermanas, Heydi y Samay por su apoyo y por estar conmigo en todo momento en este proceso.

Finalmente, a una persona muy especial que ha estado acompañándome en todo momento.

***Leydi Paulina Jaramillo Ramos.***

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por sus bendiciones y darme fortaleza para seguir a delante y no renunciar.

A mis padres que me han dado ánimos para seguir y no caer.

A mis docentes por compartir sus conocimientos durante este proceso.

A mi tutor que con su conocimiento, guía, enseñanza y colaboración se permitió el desarrollo de este trabajo.

A una persona muy especial que me ha acompañado en todo momento, gracias por todo.

Finalmente, a amigos que me brindaron su ayuda y apoyo cuando más lo necesite.

*Leydi Paulina Jaramillo Ramos.*

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	18
1.1 Antecedentes .....	18
1.2 Problema .....	19
1.2.1 Problema general.....	20
1.2.2 Problemas específicos.....	20
1.3 Justificación .....	20
1.4 Objetivos.....	20
1.4.1 Objetivo general.....	20
1.4.2 Objetivos específicos .....	20
1.5 Hipótesis .....	21
1.5.1 Hipótesis general.....	21
1.5.2 Hipótesis específicas .....	21
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	22
2.1 Estado del arte .....	22
2.2 Marco teórico.....	25
2.2.1 Variable independiente – Sistemas de información geográfica aplicadas al turismo .....	25
2.2.2 Georreferenciación de recursos turísticos .....	25
2.2.3 Actividades turísticas.....	26
2.2.4 Infraestructura turística.....	26
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	28
3.1 Tipo de investigación.....	28

3.2	Diseño de Investigación.....	29
3.3	Técnicas de recolección de datos .....	29
3.3.1	Técnicas.....	29
3.3.2	Instrumentos .....	29
3.4	Población de estudio y tamaño de muestra .....	29
3.4.1	Población de estudio.....	29
3.4.2	Tamaño de la muestra .....	30
3.5	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	30
3.5.1	Método de análisis .....	30
3.5.1	Procesamiento de datos .....	31
3.6	Validez de los instrumentos.....	31
3.7	Confiabilidad de los instrumentos .....	31
3.7.1	Alfa de Cronbach.....	31
	<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>32</b>
4.1	Análisis e interpretación de resultados .....	32
4.1.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.....	32
4.1.2	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.....	43
4.2	Confiabilidad de la variable independiente: SIG aplicada al Turismo .....	53
4.2.1	Confiabilidad de la encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.....	53
4.2.2	Confiabilidad de la encuesta dirigida a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.....	54
4.3	Resultado de las hipótesis planteadas.....	54
4.3.1	Hipótesis general.....	54
4.3.2	Hipótesis específicas .....	55
	<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>58</b>
5.1	Conclusiones .....	58
5.2	Recomendaciones .....	58
	<b>CAPÍTULO VI. PROPUESTA .....</b>	<b>59</b>
6.1	Antecedentes .....	59
6.2	Tema.....	59

6.3	Introducción.....	59
6.4	Objetivos.....	59
6.4.1	Objetivo general.....	59
6.4.2	Objetivos específicos .....	60
6.5	Justificación .....	60
6.6	Ubicación geográfica .....	60
6.7	Desarrollo de la Propuesta .....	61
6.7.1	Análisis de la situación interna y externa (FODA).....	61
6.7.2	Recolectar datos de atractivos y actividades turísticas.....	62
6.7.3	Información geográfica y turística de la parroquia Facundo Vela.....	69
	BIBLIOGRAFÍA .....	78
	ANEXOS.....	81
1.	Árbol de problemas.....	81
2.	Matriz de operacionalización.....	82
3.	Matriz de consistencia .....	83
4.	Encuesta dirigida a los turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar. ....	84
5.	Encuesta dirigida a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.....	87
6.	Resultados de encuestas aplicadas a Turistas que visitan la parroquia .....	90
7.	Resultados de encuestas aplicadas a Actores y prestadores de servicio.....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach.....	31
<b>Tabla 2</b> Análisis e interpretación de resultados de la encuesta dirigida a Turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. ....	32
<b>Tabla 3</b> Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. ....	43
<b>Tabla 4</b> Estadística de fiabilidad de la encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. ....	53
<b>Tabla 5</b> Estadística de Fiabilidad de la encuesta dirigida a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.....	54
<b>Tabla 6</b> Análisis de la situación interna y externa (FODA).....	61
<b>Tabla 7</b> Atractivos turísticos de la parroquia Facundo Vela.....	62
<b>Tabla 8</b> Actividades de la parroquia Facundo Vela.....	66
<b>Tabla 9</b> Festividades patronales de la parroquia Facundo Vela.....	68
<b>Tabla 10</b> Edad.....	90
<b>Tabla 11</b> Género.....	91
<b>Tabla 12</b> Ciudad de procedencia.....	92
<b>Tabla 13</b> Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad.....	93
<b>Tabla 14</b> El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino.....	94
<b>Tabla 15</b> Las condiciones de transporte dentro de un destino.....	95
<b>Tabla 16</b> La información proporcionada es importante dentro de un destino.....	96
<b>Tabla 17</b> Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino.....	97
<b>Tabla 18</b> La actualización de información es necesaria para un destino.....	98
<b>Tabla 19</b> La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.....	99
<b>Tabla 20</b> Un destino debe promocionar sus atractivos, eventos y servicios para llegar a un público más amplio.....	100
<b>Tabla 21</b> La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.....	101
<b>Tabla 22</b> Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.....	102
<b>Tabla 23</b> Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.....	103
<b>Tabla 24</b> Existen elementos dentro de un destino que se pueden mejorar para que los turistas extiendan su estadía.....	104
<b>Tabla 25</b> La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.....	105
<b>Tabla 26</b> El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo.....	106
<b>Tabla 27</b> Recibe suficiente información acerca de los costos de realizar sus viajes.....	107
<b>Tabla 28</b> Describiría sus gastos dentro de un destino.....	108
<b>Tabla 29</b> La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas.....	109
<b>Tabla 30</b> La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.....	110

<b>Tabla 31</b> La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino .....	111
<b>Tabla 32</b> Los establecimientos brindan la información adecuada .....	112
<b>Tabla 33</b> Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad .....	113
<b>Tabla 34</b> La disponibilidad de alojamiento dificulta al desarrollo del destino .....	114
<b>Tabla 35</b> El tipo de alojamiento influye en el destino.....	115
<b>Tabla 36</b> Edad .....	116
<b>Tabla 37</b> Género.....	117
<b>Tabla 38</b> Indique su nivel de instrucción .....	118
<b>Tabla 39</b> Indique la institución a la que pertenece .....	119
<b>Tabla 40</b> Indique el cargo que ocupa .....	120
<b>Tabla 41</b> Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos .....	121
<b>Tabla 42</b> El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas .....	122
<b>Tabla 43</b> El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino .....	123
<b>Tabla 44</b> Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino .....	124
<b>Tabla 45</b> La información proporcionada es importante dentro de un destino.....	125
<b>Tabla 46</b> La actualización de información es necesaria para un destino .....	126
<b>Tabla 47</b> La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.....	127
<b>Tabla 48</b> Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.....	128
<b>Tabla 49</b> La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.....	129
<b>Tabla 50</b> Existen aspectos que se puedan mejorar para atraer a turistas.....	130
<b>Tabla 51</b> Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.	131
<b>Tabla 52</b> Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.....	132
<b>Tabla 53</b> La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas .....	133
<b>Tabla 54</b> Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.....	134
<b>Tabla 55</b> La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas....	135
<b>Tabla 56</b> La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.....	136
<b>Tabla 57</b> La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino .....	137
<b>Tabla 58</b> Los establecimientos brindan la información adecuada .....	138
<b>Tabla 59</b> La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino .....	139
<b>Tabla 60</b> El tipo de alojamiento influye en el destino.....	140

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Ilustración 1</b> Ubicación geográfica.....	61
<b>Ilustración 2</b> Código QR Geoportal de la parroquia Facundo Vela.....	69
<b>Ilustración 3</b> Portada de la parroquia Facundo Vela .....	70
<b>Ilustración 4</b> Geoportal de la parroquia Facundo Vela.....	70
<b>Ilustración 5</b> Túnel de Misan.....	71
<b>Ilustración 6</b> Piscina de la parroquia.....	71
<b>Ilustración 7</b> Cascada Santa Teresita .....	72
<b>Ilustración 8</b> Cascada San Pablo .....	72
<b>Ilustración 9</b> Aguas termales.....	73
<b>Ilustración 10</b> Trapiche hidráulico "La Libia" .....	73
<b>Ilustración 11</b> Iglesia de Facundo Vela.....	74
<b>Ilustración 12</b> Fábrica de mermeladas "La Carlita" .....	74
<b>Ilustración 13</b> Elaboración del agua ardiente .....	75
<b>Ilustración 14</b> Elaboración de la panela y alfeñique.....	75
<b>Ilustración 15</b> Elaboración de tamales de plátano.....	76
<b>Ilustración 16</b> Fiestas patronales de la parroquia Facundo Vela .....	77
<b>Ilustración 17</b> Logos institucionales .....	77
<b>Ilustración 18</b> Edad .....	90
<b>Ilustración 19</b> Género .....	91
<b>Ilustración 20</b> Ciudad de procedencia.....	92
<b>Ilustración 21</b> Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad .....	93
<b>Ilustración 22</b> El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino .....	94
<b>Ilustración 23</b> Las condiciones de transporte dentro de un destino .....	95
<b>Ilustración 24</b> La información proporcionada es importante dentro de un destino ...	96
<b>Ilustración 25</b> Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino.....	97
<b>Ilustración 26</b> La actualización de información es necesaria para un destino.....	98
<b>Ilustración 27</b> La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.....	99
<b>Ilustración 28</b> Un destino debe promocionar sus atractivos, eventos y servicios para llegar a un público más amplio.....	100
<b>Ilustración 29</b> La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.....	101
<b>Ilustración 30</b> Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas .....	102
<b>Ilustración 31</b> Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino .....	103
<b>Ilustración 32</b> Existen elementos dentro de un destino que se pueden mejorar para que los turistas extiendan su estadía .....	104
<b>Ilustración 33</b> La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas .....	105
<b>Ilustración 34</b> El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo.....	106
<b>Ilustración 35</b> Recibe suficiente información acerca de los costos de realizar sus viajes.....	107

<b>Ilustración 36</b> Describiría sus gastos dentro de un destino.....	108
<b>Ilustración 37</b> La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas.....	109
<b>Ilustración 38</b> La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.....	110
<b>Ilustración 39</b> La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.....	111
<b>Ilustración 40</b> Los establecimientos brindan la información adecuada.....	112
<b>Ilustración 41</b> Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad.....	113
<b>Ilustración 42</b> La disponibilidad de alojamiento dificulta al desarrollo del destino	114
<b>Ilustración 43</b> El tipo de alojamiento influye en el destino.....	115
<b>Ilustración 44</b> Edad.....	116
<b>Ilustración 45</b> Género.....	117
<b>Ilustración 46</b> Indique su nivel de instrucción.....	118
<b>Ilustración 47</b> Indique la institución a la que pertenece.....	119
<b>Ilustración 48</b> Indique el cargo que ocupa.....	120
<b>Ilustración 49</b> Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos.....	121
<b>Ilustración 50</b> El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas.....	122
<b>Ilustración 51</b> El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino.....	123
<b>Ilustración 52</b> Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.....	124
<b>Ilustración 53</b> La información proporcionada es importante dentro de un destino.	125
<b>Ilustración 54</b> La actualización de información es necesaria para un destino.....	126
<b>Ilustración 55</b> La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.....	127
<b>Ilustración 56</b> Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.....	128
<b>Ilustración 57</b> La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.....	129
<b>Ilustración 58</b> Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.....	130
<b>Ilustración 59</b> Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.....	131
<b>Ilustración 60</b> Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.....	132
<b>Ilustración 61</b> La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.....	133
<b>Ilustración 62</b> Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.....	134
<b>Ilustración 63</b> La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas .....	135
<b>Ilustración 64</b> La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.....	136
<b>Ilustración 65</b> La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.....	137

<b>Ilustración 66</b>	Los establecimientos brindan la información adecuada .....	138
<b>Ilustración 67</b>	La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.....	139
<b>Ilustración 68</b>	El tipo de alojamiento influye en el destino .....	140

## RESUMEN

Con el crecimiento del turismo como un motor para el desarrollo de las comunidades, los sistemas de información geográfica surgen como una herramienta clave para visitar o conocer un destino o sitio de interés. Por medio de un análisis de datos espaciales, los SIG permiten una comprensión más detallada, facilitando una planificación y gestión de proyectos. El presente trabajo tiene como objetivo analizar la importancia del uso de los SIG para promocionar un destino beneficiando a las generaciones presentes y futuras. La metodología utilizada incluyó métodos que permitió realizar revisiones de fuentes teóricas y documentales, de campo para la recolección de datos e interpretar estos datos y validarlos.

Los resultados revelan que el uso de los SIG es fundamental para la promoción y planificación de los recursos turísticos, ya que permite una visualización detallada. La georreferenciación de los recursos turísticos facilita la accesibilidad y visibilidad de estos, incrementando la eficiencia en su gestión. Finalmente, mediante los resultados obtenidos se diseñó la propuesta “Geoportal turístico para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.” Para beneficiar a la parroquia y no solo facilita la conexión de los turistas con sus áreas de interés, sino que también contribuiría al posicionamiento de la parroquia como un destino turístico accesible, promoviendo un desarrollo que preserve el patrimonio cultural y natural del lugar.

**Palabras claves:** Facundo Vela, Parroquia, Turismo, Sistemas de información geográfica, Geoportal, Promocionar.

## Abstract

With the growth of tourism as an engine for the development of communities, geographic information systems emerge as a key tool to visit or learn about a destination or site of interest. Through spatial data analysis, geographic information systems - GIS - show a more detailed understanding, facilitating project planning and management. This work aims to analyze the importance of using GIS to promote a destination that benefits present and future generations. The methodology used included methods that allowed reviews of theoretical and documentary sources in the field for data collection, interpretation of these data, and validation.

Results reveal that the use of GIS is essential for the promotion and planning of tourism resources since it allows detailed visualization. The georeferencing of tourist resources facilitates their accessibility and visibility, increasing efficiency in their management. Finally, using the results obtained, it was designed the proposal “Tourist Geoportal for the touristic promotion of the Facundo Vela parish, Guaranda canton, Bolívar province”. To benefit the parish and not only facilitate the connection of tourists with their areas of interest but also contribute to positioning the parish as an accessible tourist destination, promoting a development that preserves the cultural and natural heritage of the place.

**Keywords:** Facundo Vela, Parish, Tourism, Geographic Information Systems, Geoportal, Promote.



Reviewed by:  
Msc. Gabriela de la Cruz Fernández  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0603467929

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.

Dentro del Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar la Parroquia Facundo Vela representa una parte de la riqueza cultural y natural la cual, espera a ser descubierta y promovida. Dentro de un mundo donde el turismo se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo económico y social de las comunidades, los SIG surgen como una herramienta para impulsar la promoción turística de la parroquia. A través de la implementación y análisis de datos espaciales, los SIG permiten una visualización más detallada acerca de los recursos turísticos, la infraestructura y las actividades sociales que existen dentro de la parroquia Facundo Vela.

El implementar este enfoque facilita la planificación y gestión de proyectos turísticos que sean sostenibles y viables. También, ofrece una plataforma la cual contribuye a la toma de decisiones de manera informada, adaptando la oferta turística de la parroquia a las necesidades y expectativas de los visitantes como de la misma comunidad.

El presente proyecto explora cómo las implementaciones de los SIG pueden contribuir a la visibilidad y al posicionamiento de la parroquia Facundo Vela como un destino turístico, rescatando su patrimonio cultural, paisajes naturales y su potencial para el turismo. De esta forma, se busca incrementar la llegada de turistas, fomentar un desarrollo que respete y valore las tradiciones y el entorno de esta parroquia.

Por lo tanto, la estructura de este proyecto se detalla se la siguiente manera:

**Capítulo I Introducción:** se realizó la introducción junto con el planteamiento del problema, donde se explica la situación actual de la parroquia Facundo Vela.

**Capítulo II Marco Teórico:** se presentó el estado del arte y la variable a estudiar fundamentadas con bases teóricas mediante revisiones bibliográficas.

**Capítulo III Metodología:** explica la metodología utilizada dentro de la investigación detallando el tipo de investigación, diseño y técnicas de recolección utilizados.

**Capítulo IV Resultados y Discusión:** presenta el análisis, interpretación y discusión de los resultados.

**Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones:** se genera conclusiones y recomendaciones que se dieron dentro de la investigación.

**Capítulo VI Propuesta:** se crea un geo portal posicionando los atractivos de la parroquia Facundo Vela.

### 1.1 Antecedentes

Si bien el turismo es uno de los pilares y sectores fundamentales más importantes y el que mayor ingreso económico posee, llegando a influir en el desarrollo de un país, provincia, cantón, parroquias o comunidades, convirtiéndose en parte del progreso.

Además, en el Ecuador el turismo es una de las actividades de desarrollo económico, debido a la diversidad que posee, permitiendo que los turistas sean atraídos por las maravillas que encuentran. Conocido con diferentes nombres como: el país de los cuatro mundos, la tierra de volcanes, la república del cacao, la mitad de mundo, entre otras; cada uno de estos seudónimos refleja partes de la riqueza y biodiversidad del país, revelando un potencial turístico y ofreciendo experiencias inolvidables a los turistas.

Es aquí donde surgen los prestadores de servicios quienes interactúan con el turista, para mostrar las maravillas del país, satisfaciendo sus necesidades y así crear una relación de fidelidad. Es importante señalar que, no todos los atractivos se encuentran al alcance, es decir, no se encuentran a simple vista y para acceder a ellos se debe ir por rutas poco transitadas, sin embargo, el recorrido es agradable e inigualable.

El Ecuador también cuenta con la cordillera de los Andes, que sin duda es una maravilla del mundo por su diversidad, su importancia económica y turística para los habitantes de la región. En dicha cordillera se encuentra el cantón Guaranda y dentro de ella la parroquia Facundo Vela, denominada “la tierra de la caña de azúcar y el agua ardiente”, y antiguamente conocida como “Las tierras de Piñanatug”.

Facundo Vela es una de las 16 parroquias del cantón Guaranda en la provincia de Bolívar, lugar donde se encuentra gente trabajadora, emprendedora y amable. Hoy en día Facundo Vela recibe gran afluencia de turistas en sus fiestas parroquiales, sin embargo, no es el único atractivo turístico con el que cuenta, ya que, existen más atracciones turísticas como: lagunas, casadas, bosques, festividades entre otras.

En este trabajo de investigación se pretende analizar la manera en cómo los SIG puede ser aplicados para fomentar el turismo en la parroquia “Facundo Vela” cantón Guaranda provincia de Bolívar.

Los SIG se consideran una herramienta fundamental para el turismo, con el objetivo de beneficiar al turista como principal destinatario, Además, permiten identificar diferentes campos de acción como: la aplicación de SIG, la innovación y tecnología y planeación estratégica, las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, etc (Rubio, 2010).

Para abordar esta temática, es esencial enfocarse en el problema principal que se puede solucionar, siendo: la deficiente promoción turística de la parroquia. Esto ha llevado a una falta de información y ubicación precisa, así como a un desconocimiento de las necesidades de los visitantes. Como resultado, se ha observado un desarrollo deficiente y una baja satisfacción en la experiencia turística.

## **1.2 Problema**

Alrededor del mundo el turismo fluye de diversas formas dependiendo del destino y de los gustos del turista; teniendo en cuenta que el turismo cambia de forma constante, los turistas buscan nuevos destinos y nuevas formas llegar a ellos.

En el Ecuador una de las actividades más importantes es el turismo, esto gracias al desarrollo económico del país, además de poseer una gran biodiversidad y pluriculturalidad que hace que propios y extraños queden cautivados al visitar cada rincón del país y a su vez da origen a comerciantes y prestadores de servicio los cuales son los actores principales ya que son los encargados de que el turista tenga experiencias y este decida regresar, es importante tener en cuenta que no todos los destinos se encuentran al alcance y que estos se encuentren escondidos en distintas partes del Ecuador.

El turismo como actividad económica es importante en la parroquia "Facundo Vela" del cantón de Guaranda, la provincia de Bolívar, ya que, tiene varios recursos turísticos, como paisajes naturales, ríos, cascadas, entre otros. No obstante, el bajo aprovechamiento de los SIG en relación con esta riqueza turística dificulta la difusión y promoción efectiva del turismo en la parroquia.

Esta situación destaca la importancia de investigar las causas y consecuencias del escaso uso de los SIG en el turismo de la parroquia de "Facundo Vela". Con el fin de mejorar la difusión y promoción turística, se requiere proponer posibles soluciones que aborden esta problemática de manera efectiva.

La deficiente georreferenciación turística dificulta conocer la ubicación y el acceso a los recursos, atracciones evitando que los turistas puedan acceder a la información del lugar lo que genera dificultad para planificar la visita o el viaje, así también, el desconocimiento de las actividades turísticas no permite que el turista disfrute del lugar que se visita y no tenga una idea de lo que la zona ofrece, finalmente la deficiente infraestructura turística complica la atención que se brinda al turista en el destino lo que hace que la estancia y experiencia del turista no sea satisfactoria, a su vez no permite el empleo y el desarrollo económico de la zona.

### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera es importante el uso de los SIG para la promoción turística de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿De qué manera es importante la georreferenciación de recursos turísticos para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar?

¿De qué manera es importante el uso de los SIG en las actividades turísticas para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar?

¿De qué manera es importante el uso de los SIG en la infraestructura turística para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar?

## **1.3 Justificación**

La presente investigación tiene como objetivo proporcionar información adicional que permita comprender la importancia del uso de los SIG en el turismo de la parroquia de Facundo Vela, ubicada en el cantón Guaranda de la provincia de Bolívar. Los hallazgos de esta investigación pueden servir como una valiosa fuente de información y también contribuir a futuros estudios, enriqueciendo así el conocimiento sobre la parroquia y generando oportunidades económicas para la misma.

Los beneficiarios serán los habitantes de la parroquia Facundo Vela, así como todos aquellos involucrados en la actividad turística de la zona.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar la importancia del uso de los SIG para la promoción turística de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Analizar la importancia de la georreferenciación de recursos turísticos para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Analizar la importancia del uso de los SIG en las actividades turísticas para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Analizar la importancia del uso de los SIG en la infraestructura turística para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

## **1.5 Hipótesis**

### **1.5.1 Hipótesis general**

Los SIG son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

### **1.5.2 Hipótesis específicas**

La georreferenciación de recursos turísticos es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Los SIG son importantes en las actividades turísticas para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

La infraestructura turística es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

### 2.1 Estado del arte

El presente trabajo de investigación ha tomado como referencia los siguientes estudios previos, relacionados con los SIG aplicados al turismo; mismos que permiten comprender el conocimiento existente para poder aplicarlo en la resolución del problema planteado y también expandir el conocimiento. Las investigaciones son las siguientes:

Sandoval (2014) en su Tesis de maestría **“Implementación de un sistema de información turístico en la Web de la provincia de Imbabura”** misma que se encuentra en el repositorio de la Universidad San Francisco de Quito señala que los SIG son un llamado a la innovación y renovación de la Geografía tradicional, también dice que es una herramienta a un campo más amplio y va más allá de proveer información geográfica en la web, llevando al usuario a visualizar información en páginas web facilitando el acceso generando información georreferenciada.

Por otro lado, de acuerdo con ArcGIS Resources (2023), señala que “el uso de los SIG permite acceder a bases de datos con la finalidad de que el usuario obtenga información de forma fácil, estos pueden divulgarse de forma novedosa” (p.1).

Además, en la tesis, la investigadora menciona que el problema es: no existe un Sistema de Información Turístico en la Web operativo que utilice los Sistemas de Información Geográfico para difundir los atractivos turísticos de la Provincia de Imbabura.

Esto debido a que la provincia de Imbabura cuenta con atractivos y zonas que poseen gran belleza, pero no cuentan información geográfica por el desconocimiento de la nueva tecnología como solución la investigadora pretende diseñar e implementar un Sistema de Información Turístico con información de cada atractivo para turistas nacionales y extranjeros.

El objetivo de la tesis es: disponer en la Web de un Sistema de Información Turístico operativo, que difunda información geográfica de los atractivos turísticos de la Provincia de Imbabura clasificada por su naturaleza e interés. Con su hipótesis menciona que es factible expandir el ingreso a los atractivos turísticos de la Provincia de Imbabura, por medio del diseño e implementación en la Web de un Sistema de Información Turístico con Sistema de Información Geográfica.

La autora utilizó la investigación tecnológica la cual consiste en la búsqueda de nuevos conocimientos tecnológicos, productos o servicios, presentando así una investigación de tipo exploratorio y la investigación descriptiva de carácter cuantitativo, con ellas se identifican la problemática describiendo los hechos por como son observados para especificar características importantes de diferentes Portales Turísticos en la Web. También, la investigación es de tipo no experimental descriptivo, es utilizada hacia la categoría informática y la arquitectura propuesta.

Además, la investigadora recomienda que para la implementación se debe comprobar la compatibilidad que garantice el funcionamiento, también se recomienda identificar el tipo de arquitectura a implementar, trabajar en cooperación para que este proyecto como plan piloto mejore la actividad turística del país.

Ghedín et al. (2011) en su Artículo de la Revista Geográfica de América Central de la Universidad Nacional Heredia de Costa Rica **“SIG-TUR: UNA HERRAMIENTA PARA LA PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS”**,

mismo que se encuentra en la página de Sistemas de información Científica Redalyc, aplicado en el Casco Histórico de Boa Vista – Roraima, adoptando la pesquisa bibliográfica, documental y exploratoria.

La investigación tuvo como objetivo presentar los beneficios del SIG-Tur para planificar el turismo de forma sustentable en los destinos turísticos.

Para los investigadores el estudio SIG-Tur les permitió registrar, organizar y poner a disposición a los usuarios de forma eficiente la información, teniendo en cuenta que surgirán tecnologías más innovadoras.

En el estudio, los investigadores mencionan que SIG-Tur son herramientas tecnológicas que mediante la manipulación de datos y su continua actualización permiten almacenar información y al combinarse con el turismo genera que el planificador turístico tenga información necesaria y tome dicciones confiables para elaborar planes, programas y proyectos, esta al unirse con el turismo y encontrarse en constante evolución ha determinado que el acceder a información es indispensable para que este pueda ser conocido o visitado, aprovechando los recursos que el destino posee, al adaptarla con la tecnología esta genera una nueva perspectiva y atrae al turista posibilitando el desarrollo del destino.

Guevara (2008) en su Investigación “**Sistemas de información de destinos turísticos integrados (SIDTI)**” mismo que se encuentra en el Depósito de Investigación, Universidad de Sevilla y publicado en Investigaciones turísticas. Una perspectiva multidisciplinar: I jornadas de investigación en turismo Sevilla: Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, aplicado en las Organizaciones de Marketing de Destinos (OMD), llevando un sistema de información cooperativo, análisis de información permitiendo la interconexión dispositivos diferentes, adoptado una investigación bibliográfica, documental, descriptiva y aplicada.

El proyecto presenta como objetivo general construir un sistema e-CRM (Customer Relationship Management) que permita integrar la información de un destino para entrar a un mercado más competitivo, realizando políticas y permitiendo la potencialización del destino, adaptando la oferta al perfil de la demanda y aumentar la diferenciación de los productos turísticos, el objetivo central del proyecto SIDTI es que la creación de un sistema integrado del destino permita crear una base de datos que recoja información procesada por medio de sistemas tecnológicos diferentes. También es importante señalar que otro de los objetivos de las OMD es crear observatorios turísticos que permitan analizar la situación del destino.

El proyecto permitió al investigador registrar información para el mejoramiento de organizaciones integrando la tecnología para analizar información para entrar al mercado.

El investigador menciona que los sistemas no son solo una herramienta o aplicación informática, sino que también es una estrategia de gestión apoyada por canales de comunicación para crear observatorios turísticos integrando subsistemas como:

Sistema de información de gestión interna del destino ERP (Enterprise Resource Planning)

Oficinas de información turística.

Puntos de información turística.

Sitio Web del destino.

Sistemas de información Geográfica y GPS (Global Positioning System)

Call Center.

Tarjetas turísticas de fidelización.

Centros adheridos y /o proveedores del destino (Hoteles, museos, etc.)

Sistemas de acceso mediante computación ubicua.

El turismo no solo favorece a empresas, sino que también al resto de los prestadores del servicio, al ofrecer experiencias y al ser compartidas por medio del internet los prestadores de servicios o planificadores turísticos son los encargados de procesar la información y poner a disposición de los turistas, sin embargo, la implementación de sistemas permite que la turista acceda a la información conociendo lo que ofrece el destino y este pueda planificar su viaje.

Vargas (2014) en la tesis titulada **“SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN EL TURISMO INTERNACIONAL”** misma que se encuentra en el repositorio de la Universidad Militar Nueva Granada, aplicado al mercado, la tecnología y a la conexión que se produce mediante la interacción, adoptando una investigación bibliografía, documental y básica.

El objetivo de a investigación es que mediante la tecnología se puede conocer más de un lugar, facilitando la comercialización de este maximizando la eficacia de las empresas.

En la investigación el investigador señala que la tecnología es parte importante del turismo llegando a ser fundamental ante los cambios del mercado por medio del uso de Sistemas de Información y Tecnologías, como herramientas que transforman al turismo a ser más personalizado, usando nuevos medios de comunicación adaptados a las necesidades del turista, siendo eficiente con respeto a la información. Tiene como finalidad el mejoramiento de operaciones de las empresas, teniendo en cuenta que requiere un proceso para lograr beneficios y satisfacción.

Barrera et al. (2020) en el artículo de la Revista Científica Ciencia, ingeniería y educación científica, en la sección ciencia e ingeniería **“Toma de decisiones en el sector turismo mediante el uso de SIG e inteligencia de negocios”** misma que se encuentra en la revista de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, aplicado en la viabilidad de mercados, inclusión de nuevos productos, adoptando una revisión sistemática de literatura, bibliográfica en base de datos.

Como objetivo el artículo tiene como objetivo realizar una revisión bibliográfica acerca del uso de SIG en el turismo para tomar decisiones apoyadas en la inteligencia de negocios.

Los investigadores mencionan que gracias a la revisión bibliográfica de varias investigaciones y debido a los avances tecnológicos y mediante el uso de WebGIS y Open Source GIS, los gerentes de empresas han logrado construir Sistemas de Información de Recursos Turísticos.

En la revista los investigadores señalan que al integrar la inteligencia de negocios con el uso de SIG se observa una representación visual del estado del turismo en una región de interés e incluso llegar a evaluar la incorporación de regiones que son cercanas para ofrecer planes en conjunto logrando tener beneficios y un progreso.

La unión puede llegar a ser beneficiosa para el destino o región logrando una vista amplia que facilite determinar el desplazamiento de la región o destino.

Niño y Danna (2016) en la revista Ciudades, Comunidades y Territorios, en la sección artículo **“Los SIG en el Turismo como Herramienta para el Desarrollo y la Ordenación Territorial en las Regiones Periféricas”** Los SIG son herramientas tecnológicas que permiten el registro, la gestión y el análisis de datos espaciales. En turismo, los SIG se pueden utilizar para una variedad de aplicaciones, como la planificación y la gestión de destinos turísticos, la

promoción turística, la investigación turística, etc. Este ensayo examina las posibilidades de los SIG para la planificación y el desarrollo territorial en regiones periféricas. Se incluyen algunas aplicaciones de SIG en las zonas periféricas de España, en particular en Extremadura y Castilla-La Mancha. Los autores concluyen que los SIG pueden servir de herramienta efectiva para la planificación y el desarrollo territorial en regiones periféricas. Los SIG permiten a los planificadores territoriales identificar oportunidades de desarrollo, obtener una visión global del territorio y evaluar el impacto de gestión dentro de la planificación.

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Variable independiente – Sistemas de información geográfica aplicadas al turismo**

Según ESRI (2023), un Sistema de Información Geográfica (SIG) es una estructura para recopilar, gestionar y analizar datos. Arraigado a la ciencia de la geografía, los SIG integran muchos tipos de datos. Analiza la ubicación espacial y organiza capas de información en visualizaciones mediante mapas y en algunos casos con escenas en 3D. Con esta capacidad única, GIS revela información más profunda sobre los datos, como los patrones, las relaciones y las situaciones, lo que ayuda a los usuarios a tomar decisiones más inteligentes.

Combinar los SIG con el turismo provee una herramienta poderosa que, principalmente, se enfoca como una herramienta de gestión y planificación territorial y, en otros casos, como una herramienta para la difusión, comercialización e información turística (Ghedin, Alvez da Silva, Duarte, & da Silva Level, 2011; Niño & Danna, 2016)

En ese sentido es necesario e indispensable profundizar el estudio de los SIG aplicadas al turismo, y de esa manera poder comprender varios aspectos relacionados con el turista, y así generar un turismo sostenible en el entorno.

Para poder estudiar la relación de los SIG con el turismo, en el presente trabajo de investigación se ha considerado el estudio de tres dimensiones, como son:

- Georreferenciación de recursos turísticos

- Actividades turísticas

- Infraestructura turística

Mismas que permitirán determinar la importancia de la variable de estudio y su aplicación en el contexto turístico.

### **2.2.2 Georreferenciación de recursos turísticos**

La georreferenciación turística se refiere al proceso de asociar información geográfica con elementos turísticos, como atracciones, hoteles, restaurantes, rutas turísticas, entre otros. Esto permite que los turistas puedan acceder a información detallada sobre los lugares que visitan, y les ayuda a planificar mejor su viaje (Viñán & Sánchez, 2020).

Para ESRI (2023), la georreferenciación es el uso de coordenadas en un mapa para colocar la ubicación a entidades cartográficas, debido a que todos los mapas cuentan con una ubicación geográfica y extensiones propias permitiendo colocarlos en la superficie de la tierra, el tener la capacidad de localizar entidades de forma precisa es fundamental en la representación geográfica y los SIG.

Dentro de esta dimensión se analiza varios indicadores que permitirán poder cuantificarlo, tales como:

**Accesibilidad:** refiriéndose a la facilidad con la que los turistas pueden acceder a los recursos turísticos que se han georreferenciado. Se pueden medir indicadores como la distancia entre los recursos turísticos, el tiempo necesario para desplazarse entre ellos, la calidad de las carreteras y los medios de transporte disponibles.

**Satisfacción del turista:** Es la percepción de los turistas sobre la calidad y utilidad de la información georreferenciada. Se pueden medir indicadores como el nivel de satisfacción de los turistas con la información georreferenciada, la cantidad de información proporcionada, la precisión y actualización de la información, y la facilidad de uso.

**Visibilidad:** Es la capacidad de los turistas para encontrar los recursos turísticos que se han georreferenciado. Se pueden medir indicadores como el número de visitas a los sitios web donde se muestra la información georreferenciada, la presencia en redes sociales y el número de menciones y comentarios positivos que reciben los recursos turísticos.

### 2.2.3 Actividades turísticas

Las actividades turísticas están diseñadas para atraer al turista y permitirle ocupar su tiempo de manera significativa como parte de la oferta. En este ámbito, se incluyen una amplia variedad de productos, servicios y actividades que el turista puede disfrutar y desarrollar (Gobierno de Canarias, 2023).

Las actividades turísticas son aquellas actividades que realizan los turistas durante su viaje con el objetivo de conocer y disfrutar de los lugares que visitan. Estas actividades pueden variar en función del tipo de turismo, del destino, de los intereses de los turistas y de la época del año, entre otros factores (Organización Mundial del Turismo, 2023).

Dentro de esta dimensión se analiza varios indicadores que permitirán poder cuantificarlo, tales como:

**Número de visitantes:** Este indicador mide el número de personas que visitan un destino turístico en un período determinado. Es uno de los indicadores más utilizados para medir el volumen del turismo y su impacto en la economía.

**Permanencia media:** Este indicador mide la cantidad de tiempo que los turistas pasan en un destino turístico. Una mayor permanencia media puede indicar una mayor satisfacción del turista y un mayor gasto en la zona.

**Gasto turístico:** Este indicador mide el gasto que realizan los turistas en un destino turístico. Incluye el gasto en alojamiento, comida, transporte, actividades turísticas y compras. Es uno de los indicadores más importantes para medir el impacto económico del turismo.

### 2.2.4 Infraestructura turística

Según Ramírez (2023), la infraestructura es la base para que un destino esté se encuentre en condiciones, permitiendo el desarrollo de la población como una sociedad activa. También, permite el desarrollo turístico, para ello es necesario que existan planes estratégicos y gestiones de modo que todos los destinos sostengan la infraestructura permitiendo que el turista se sienta cómodo con las instalaciones y servicio que necesite.

La infraestructura turística es el conjunto de elementos físicos, servicios y equipamientos que se desarrollan para atender a los turistas en un determinado destino. Esta infraestructura es fundamental para el desarrollo del turismo en una región, ya que permite

ofrecer servicios y experiencias de calidad a los turistas, lo que a su vez puede impulsar el crecimiento económico y el empleo en la zona Instituto distrital de turismo.

Dentro de esta dimensión se analiza varios indicadores que permitirán poder cuantificarlo, tales como:

**Número de establecimientos turísticos:** Este indicador mide el número de hoteles, hostales, restaurantes y otros establecimientos turísticos disponibles en un destino. Cuanto mayor sea el número de establecimientos, mayor será la capacidad del destino para recibir turistas.

**Calidad de los establecimientos y servicios turísticos:** Este indicador mide la calidad de los establecimientos turísticos en términos de servicios y comodidades. Se puede medir a través de evaluaciones de los clientes.

**Número de alojamientos:** Este indicador mide el número de alojamientos disponibles para los turistas, como hoteles, moteles, apartamentos turísticos, campings, entre otros.

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

Dentro de la metodología de investigación se describe la forma en que se ha llevado a cabo la investigación, permitiendo explicar los métodos utilizados y validez de los resultados (Abreu, 2014). Por tanto, los métodos utilizados dentro de la investigación son:

**Bibliográfico:** es la revisión del material que se va a estudiar en la investigación, esta fuente o referencia se reúne recopilando la información por medio de documentos que se encuentran en biblioteca y centros de documentación e información, esta puede ser adquirida en cualquier momento o lugar (Lifeder, 2020).

El método bibliográfico fue utilizado para realizar búsquedas de información que contribuyó al entendimiento y al desarrollo de la investigación.

**Campo:** es un método cualitativo, de recopilación de datos, su objetivo es observar, interactuar y comprender a las personas durante el tiempo que se encuentren en un entorno natural, sin embargo, no descarta aspectos de la investigación cuantitativa (Bhat, 2024).

El método de campo fue utilizado dentro de la parroquia Facundo Vela para recoger información por medio de la interacción.

**Inductivo – deductivo:** son enfoques diferentes en una investigación, el método inductivo obtiene conclusiones a partir de observaciones que llegan a una generalización, mientras que el método deductivo es utilizado para probar la validez de la teoría por medio de lógica y demostración (Suárez, 2023).

El método inductivo – deductivo fue utilizado para comprobar que los objetivos fueron logrados y para la comprobación de hipótesis.

**Analítico – sintético:** es un enfoque de aprendizaje que parte de la base utilizando el razonamiento lógico para obtener conclusiones (Cellucci, 2013).

El método analítico - sintético fue utilizado para llegar a obtener resultados.

### 3.1 Tipo de investigación

Las investigaciones son clasificadas en diferentes criterios: por su propósito, puede ser básica o aplicada según los medios para obtener datos, documental, de campo experimental según se atienda el nivel de conocimientos que se adquieren, exploratoria, descriptiva o explicativa según el campo de conocimientos en los que se lo realiza, científica, filosófica según el tipo de razonamiento aplicado, espontánea, racional o empírico-racional según el método utilizado, analítica sintética, deductiva, inductiva, histórica, comparativa es colectiva o individual (Universidad Veracruzana, 2020).

**Investigación básica:** Pura, teórica, caracterizada por originarse en un marco teórico y permanecer en el, busca incrementar los conocimientos científicos sin aspectos prácticos (Muntané, 2010).

**Investigación aplicada:** Práctica o empírica, caracterizada porque busca aplicar y utilizar los conocimientos adquiridos, depende de la investigación básica (Muntané, 2010).

**Investigación cualitativa:** abre paso a la comprensión de los fenómenos sociales por medio de la conciencia y los sentimientos creando un vínculo entre el investigador y los sujetos investigados, mediante sus visiones y experiencias del entorno generando un conocimiento colaborativo que posibilita obtener mayor comprensión e interpretación a las creencias mediante diseños investigativos (Lisboa, 2018).

**Investigación cuantitativa:** caracterizada por ser objetiva y deductiva, obtiene conocimientos que permitan ser analizados conociendo la realidad de forma imparcial, con el uso de herramientas estadísticas que puedan ser comprobadas permitiendo que los resultados obtenidos actúen sobre los objetos de estudio (Neill & Cortez, 2018).

### 3.2 Diseño de Investigación

**No experimental:** es aquella que se realiza sin manipular variables, es decir no se hace manipulación de variables y se observa los fenómenos en su naturalidad y como estos se dan (Takarai, 2013).

**Exploratoria:** utilizada cuando un tema no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son determinantes, se la realiza con el propósito de destacar aspectos fundamentales de un problema determinado y encontrar nuevas formas para realizar una investigación, es útil ya que al contar con resultados facilita realizar su comprobación (Universidad Veracruzana, 2020).

Será exploratoria ya que, cuenta con una variable la cual será útil para establecer relación entre causa y efecto, a su vez no experimental debido a que se estudia la variable en su naturalidad sin que esta sea manipulada.

**Descriptiva:** muestra las características del objeto de estudio buscando comprender la realidad de este sin sacar conclusiones, brindando información detallada para que pueda ser presentada (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

### 3.3 Técnicas de recolección de datos

#### 3.3.1 Técnicas

**Encuesta:** permite dar respuesta a problemas por medio de la recolección de información mediante un diseño ya establecido que permita asegurar la validez de la información obtenida (Loggiodice, 2012).

La encuesta fue utilizada para la recolección de datos que contribuyeron al desarrollo de la investigación, fueron utilizadas dos encuestas, una para los turistas que visita la parroquia Facundo Vela y la segunda para actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela.

#### 3.3.2 Instrumentos

**Cuestionario Likert:** es un tipo de encuesta que se utiliza para medir opciones actitudes o comportamientos, consiste en una pregunta y una serie de opciones como respuesta positiva o negativa, los encuestados eligen la opción que consideran (McLeod, 2023).

El Cuestionario Likert fue utilizado para obtener información de acuerdo con la opinión de los turistas y prestadores de servicio.

### 3.4 Población de estudio y tamaño de muestra

#### 3.4.1 Población de estudio

Dentro de la investigación se ha considerado como población de estudio a dos grupos: Actores y prestadores de servicios de la parroquia Facundo Vela, y, Turistas nacionales y extranjeros que visitaron a la parroquia Facundo Vela.

### 3.4.2 Tamaño de la muestra

Para considerar el tamaño de la muestra se consideran los dos tipos de población de estudio:

Según la Corporación de Desarrollo Integral Rashellbella “CORDEIR” y el GAD Parroquial de Facundo Vela (2022), los actores y prestadores de servicios se considerará toda la población, por tanto, no se obtendrá una muestra. Siendo un total de 8 prestadores de servicios.

Según la Corporación de Desarrollo Integral Rashellbella “CORDEIR” y el GAD Parroquial de Facundo Vela (2022), la población de turistas que visitaron la parroquia fue de 200 personas. A partir de esta cifra, la muestra se obtuvo utilizando la fórmula para el cálculo de la proporción en una población finita (Murray & Larry, 2005)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Siendo:

Z = 1,96 (Nivel de confianza del 95%)

N = 200 (número de turistas que visitaron la parroquia Facundo Vela)

E = 0,05 = 5%

p = 0,5

q = 0,5

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (200)}{(200) \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 131,5256 = 132$$

Considerando el valor obtenido mediante la fórmula para calcular la proporción de una población finita, que asciende a 132 turistas, tanto nacionales como extranjeros, se llevó a cabo su selección mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple. Este enfoque se eligió debido a que todos los turistas tenían la oportunidad de ser incluidos en la muestra.

## 3.5 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

### 3.5.1 Método de análisis

Según Zúñiga et al. (2023) menciona que el método de análisis parte desde lo que se pretende estudiar, buscar o conocer desde donde se origina mediante su observación.

El método analítico es un procedimiento que consiste en descomponer un todo en sus elementos constitutivos para proceder a su comprensión y rearticulación. Es una herramienta utilizada en diversas áreas del conocimiento, desde las ciencias naturales hasta las ciencias sociales y humanas. El método analítico puede ser entendido como un camino que parte de los fenómenos para llegar a las leyes, es decir, de los efectos a las causas. También puede ser concebido como un análisis comprensivo y como una síntesis extensiva (Lopera, Ramírez, Zuluaga, & Ortiz, 2010).

Para el procesamiento de datos en la presente investigación se utilizó los programas:

**Excel:** es un programa que utiliza datos numéricos, se encuentra empleado en diversas disciplinas donde existen datos de deban tabularse, cuenta con herramientas lo que facilita la organización de datos y el manejo de estos, facilitando su manipulación y su almacenamiento haciendo posible analizar la información (Marin & Zapata, 2017).

**SPSS:** (Statistical Package for the Social Sciences) es un software que permite procesar y analizar datos recolectados y calcular las medidas estadísticas descriptivas e inferenciales, haciendo posible que los cálculos exactos (Rivadeneira, Barrera, & De La Hoz Suárez, 2020).

### 3.5.1 Procesamiento de datos

El procesamiento de datos se realizará mediante la estadística descriptiva la cual consiste en presentar un conjunto de datos por medio de tablas y figuras para su interpretación.

### 3.6 Validez de los instrumentos

Por medio de la validez de los instrumentos se ve la eficacia que tiene un instrumento o método para medir lo que se pretende.

En este caso el docente que realizó la validez de los instrumentos fue el Mg. Henry Villa, tutor del proyecto de investigación.

### 3.7 Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad de los instrumentos es un proceso continuo e importante dentro de la investigación y actualización de este ya que, determina la consistencia y estabilidad con la capacidad de obtener resultados consistentes por medio de los instrumentos, uno de los métodos más utilizados es el Alfa de Cronbach.

#### 3.7.1 Alfa de Cronbach

Coefficiente utilizado para medir la consistencia interna de varios ítems que posee un instrumento. Se lo emplea en investigaciones sociales, psicológica y educación buscando evaluar la fiabilidad de un instrumento, un valor cercano a 1 señala que la consistencia es alta mientras que un valor cercano a 0 es consistencia baja (Cronbach, 1951).

**Tabla 1** Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach

Coeficiente	Criterio
$\alpha \geq .90$	Excelente
$\alpha \geq .80$	Bueno
$\alpha \geq .70$	Aceptable
$\alpha \geq .60$	Cuestionable
$\alpha \geq .50$	Pobre
$\alpha < .50$	Inaceptable

**Fuente:** Ponce et al. (2021).

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

Dentro de los resultados y discusión se integran los datos obtenidos de la investigación y se interpreta el significado de los datos obtenidos.

### 4.1 Análisis e interpretación de resultados.

Los resultados se obtuvieron por medio de la aplicación de encuestas a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela y a los actores y prestadores de servicio de la parroquia, para realizar el análisis se utilizaron los programas de Excel y IBM SPSS Statistics, se obtuvieron sus gráficas y tablas correspondientes.

#### 4.1.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Se muestran los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, con un total 132 turistas que visitan la parroquia Facundo Vela.

**Tabla 2** Análisis e interpretación de resultados de la encuesta dirigida a Turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

INFORMACIÓN GENERAL		
N°	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
	Edad	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados: El 20,45% corresponde a (17-21 años) El 32,58% corresponde a (22-26 años) El 18,94% corresponde a (27-31 años) El 9,85% corresponde a (32-36 años) El 6,82% corresponde a (37-41 años) El 7,58% corresponde a (42-46 años) El 3,79% corresponde a (47-51 años) Considerado los resultados obtenidos se observa que el 32,58% de los turistas encuestados tienen de (22-26 años).
	Género	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados: El 46,21% corresponde a Femenino El 52,27% corresponde a Masculino El 1,52% corresponde a Otro Considerado los resultados obtenidos se observa que el 52,27% de los turistas encuestados pertenecen al género masculino.
	Cuidad de procedencia	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados: El 24,24% corresponde a Ambato El 0,76% corresponde a Cuenca El 19,7% corresponde a Guaranda

---

El 6,06% corresponde a Guayaquil  
El 3,03% corresponde a Ibarra  
El 0,76% corresponde a Loja  
El 0,76% corresponde a Macas  
El 6,82% corresponde a Puyo  
El 20,45% corresponde a Quito  
El 16,67% corresponde a Riobamba  
El 0,76% corresponde a Tena

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 24,24% de los turistas encuestados corresponden a que provienen de la ciudad de Ambato.

---

## INFORMACIÓN ESPECÍFICA

---

### ACCESIBILIDAD

---

**1** Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 11,36% corresponde a Totalmente en desacuerdo  
El 14,39% corresponde a Desacuerdo  
El 17,42% corresponde a Imparcial  
El 29,55% corresponde a De acuerdo  
El 27,27% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 29,55% de los turistas encuestados están de acuerdo que al viajar pueden acceder al lugar de destino con facilidad ya que el turista cuenta con los medios para llegar al destino.

---

**2** El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 7,58% corresponde a Totalmente desacuerdo  
El 13,64% corresponde a Desacuerdo  
El 24,24% corresponde a Imparcial  
El 36,36% corresponde a De acuerdo  
El 18,18% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 36,36% de los turistas encuestados están de acuerdo que el estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino ya que tiene un impacto

---

		significativo en el turista, si la carretera se encuentra en buenas condiciones el turista se sentirá cómodo y seguro al viajar y llegar al destino.
<b>3</b>	Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 10,61% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p>El 10,61% corresponde a Desacuerdo</p> <p>El 22,73% corresponde a Imparcial</p> <p>El 36,36% corresponde a De acuerdo</p> <p>El 19,70% corresponde a Totalmente de acuerdo.</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 36,36% de los turistas encuestados están de acuerdo que las condiciones de transporte influyen dentro de un destino ya que genera un impacto en la experiencia de los turistas, la percepción que genera y la seguridad que brinda haciendo una estadía más cómoda.</p>

---

### SATISFACCIÓN DEL TURISTA

---

<b>4</b>	La información proporcionada es importante dentro de un destino.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 11,36% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p>El 14,39% corresponde a Desacuerdo</p> <p>El 17,42% corresponde a Imparcial</p> <p>El 34,85% corresponde a De acuerdo</p> <p>El 21,97% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 34,85% de los turistas encuestados están de acuerdo que la información proporcionada es importante dentro de un destino ya que permite la orientación y movilidad del turista ofreciéndole actividades, enriqueciendo su experiencia y brindándole comodidad y satisfacción.</p>
<b>5</b>	Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 7,58% corresponde a totalmente en desacuerdo</p>

---

El 12,88% corresponde a Desacuerdo  
 El 34,09% corresponde a Imparcial  
 El 36,36% corresponde a De acuerdo  
 El 9,09% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 36,36% de los turistas encuestados están de acuerdo y satisfechos con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino ya que este proporciona calidad, facilidad y seguridad al turista brindando una experiencia satisfactoria.

---

**6** La actualización de información es necesaria para un destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:  
 El 9,85% corresponde a Totalmente en desacuerdo  
 El 7,58% corresponde a Desacuerdo  
 El 28,03% corresponde a Imparcial  
 El 39,39% corresponde a De acuerdo  
 El 15,15% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 39,39% de los turistas encuestados están de acuerdo en que la actualización de información es necesaria para un destino ya que permite mantener información actualizada dando a los turistas variedad de actividades, mejorando su experiencia.

---

**VISIBILIDAD**

---

**7** La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:  
 El 12,12% corresponde a Totalmente en desacuerdo  
 El 15,15% corresponde a Desacuerdo  
 El 16,67% corresponde a Imparcial  
 El 34,85% corresponde a De acuerdo  
 El 21,21% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 34,85% de los turistas encuestas están de acuerdo que la ubicación de un destino dentro del mapa es importante ya que permite

---

---

	que el turista planifique y organice su viaje con anticipación, evitando complicaciones en la ejecución de este permitiendo un viaje seguro, cómodo y satisfactorio.
--	--

---

<b>8</b>	Un destino turístico debe promocionar sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 9,85% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p>El 11,36% corresponde a Desacuerdo</p> <p>El 25,76% corresponde a Imparcial</p> <p>El 38,64% corresponde a De acuerdo</p> <p>El 14,39% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 38,64% de los turistas encuestados están de acuerdo que un destino debe proporcionar sus atractivos, eventos y servicios para llegar a un público más amplio ya que permite atraer la atención de un público más amplio generado interés, impacto económico y el desarrollo del destino.</p>
----------	---	--

---

#### NÚMERO DE VISITANTES

---

<b>9</b>	La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 10,61% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p>El 14,39% corresponde a Desacuerdo</p> <p>El 22,73% corresponde a Imparcial</p> <p>El 29,55% corresponde a De acuerdo</p> <p>El 22,73% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 29,55% de los turistas encuestados están de acuerdo en que la afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo ya que da paso al crecimiento de la economía y promueve la inversión e incentiva al desarrollo sustentable del destino.</p>
----------	--	---

---

<b>10</b>	Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 9,85% corresponde a Totalmente desacuerdo</p> <p>El 12,88% corresponde a Desacuerdo</p>
-----------	--	--

---

---

El 27,27% corresponde a Imparcial  
El 37,12% corresponde a De acuerdo  
El 12,88% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,12% de los turistas encuestados están de acuerdo en que existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas ya que reacomodar genera expectativas, generando que la experiencia del turista sea satisfactoria, cómoda y segura.

---

**11** Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino turístico

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 9,85% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 11,36% corresponde a Desacuerdo

El 31,82% corresponde a Imparcial

El 35,61% corresponde a De acuerdo

El 11,36% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 35,61% de los turistas encuestados están de acuerdo en que las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino ya que las actividades que se encuentran dentro del destino llegan a generar diversas experiencias y entretenimiento llegando a ser únicas durante su estancia en el destino.

---

#### **PERMANENCIA MEDIA**

---

**12** Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 11,36% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,88% corresponde a Desacuerdo

El 26,52% corresponde a Imparcial

El 30,30% corresponde a De acuerdo

El 18,94% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 30,30% de los turistas encuestados están de acuerdo en que existen elementos dentro de un destino que se puedan

---

---

mejorar para que los turistas extiendan su estadía ya que, incluyendo mejoras de infraestructura, promocionar sus eventos, implementar normas para mantener un entorno seguro y cómodo aumenta la satisfacción, motiva a permanecer más tiempo en el destino.

---

**13** La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 7,58% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 14,39% corresponde a Desacuerdo

El 30,30% corresponde a Imparcial

El 40,15% corresponde a De acuerdo

El 7,58% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 40,15% de los turistas encuestados están de acuerdo en que la duración de estancia de un destino cumple con sus expectativas ya que durante el tiempo en que el turista permanece en el destino le permite disfrutar de las actividades y atracciones que se encuentran en este dando como resultado una satisfacción en su visita.

---

**14** El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 9,85% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 11,36% corresponde a Desacuerdo

El 32,58% corresponde a Imparcial

El 33,33% corresponde a De acuerdo

El 12,88% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 33,33% de los turistas encuestados están de acuerdo en que el tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo ya que permite aprovechar lo que el destino tiene que ofrecer y disfrutar de manera satisfactoria, teniendo experiencias positivas.

---

## GASTO TURÍSTICO

---

---

<p><b>15</b> Recibe suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p style="padding-left: 40px;">El 10,61% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 21,97% corresponde a Desacuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 24,24% corresponde a Imparcial</p> <p style="padding-left: 40px;">El 28,79% corresponde a De acuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 14,39% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">Considerado los resultados obtenidos se observa que el 28,79% de los encuestados están de acuerdo en que recibe suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes ya que permite manejar su presupuesto y planificar su viaje y evitar imprevistos durante este.</p>
---	---

---

<p><b>16</b> Describiría sus gastos dentro de un destino.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p style="padding-left: 40px;">El 9,85% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 14,39% corresponde a Desacuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 34,09% corresponde a Imparcial</p> <p style="padding-left: 40px;">El 31,06% corresponde a De acuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 10,61% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">Considerado los resultados obtenidos se observa que el 34,09% de los turistas encuestados están imparciales en describir sus gastos dentro de un destino ya que describe los gastos hechos en el destino de forma general.</p>
---	---

---

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS**

---

<p><b>17</b> La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p style="padding-left: 40px;">El 10,61% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 15,15% corresponde a Desacuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">El 15,15% corresponde a Imparcial</p> <p style="padding-left: 40px;">El 30,30% corresponde a De acuerdo</p>
--	---

---

---

El 28,79% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 30,30% de los turistas encuestados están de acuerdo con que la ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas ya que genera un impacto negativo en el desarrollo del destino al igual que la economía local, así también, la escasa visita de turistas al destino.

---

**18** La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 8,33% corresponde a Totalmente desacuerdo

El 14,39% corresponde a Desacuerdo

El 20,45% corresponde a Imparcial

El 35,61% corresponde a De acuerdo

El 21,21% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 35,61% de los turistas encuestados están de acuerdo en que la ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad d ellos turistas ya que facilita su acceso, mejora su experiencia, ofrece comodidad y seguridad.

---

**19** La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 11,36% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 18,18% corresponde a Desacuerdo

El 22,73% corresponde a Imparcial

El 36,36% corresponde a De acuerdo

El 11,36% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 36,36% de los turistas encuestados están de acuerdo en que la opinión

---

---

de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino ya que las recomendaciones y reseñas de otros turistas es información acerca de la calidad, ubicación y experiencia que se tuvo dentro del destino generando que el turista tome la decisión de acudir a este.

---

### **CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

---

**20** Los establecimientos brindan la información adecuada.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 11,36% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 23,48% corresponde a Desacuerdo

El 28,03% corresponde a Imparcial

El 22,73% corresponde a De acuerdo

El 14,39% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 28,03% de los turistas encuestados están imparciales en que los establecimientos brindan la información adecuada ya que proporcionan datos claros y precisos permitiendo que los turistas estén informados.

**21** Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 9,85% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 21,97% corresponde a Desacuerdo

El 28,79% corresponde a Imparcial

El 30,30% corresponde a De acuerdo

El 9,09% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 30,30% de los turistas encuestados están de acuerdo en que los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad ya que se encuentran dentro de los estándares

---

---

establecidos permitiendo que los turistas tengan una experiencia cómoda y segura.

---

### NÚMERO DE ALOJAMIENTO

---

**22** La disponibilidad de alojamientos dificulta al desarrollo del destino. De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,88% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,88% corresponde a Desacuerdo

El 22,73% corresponde a Imparcial

El 27,27% corresponde a De acuerdo

El 24,24% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 27,27% de los turistas encuestados están de acuerdo en que la disponibilidad de alojamientos dificulta al desarrollo del destino ya que el destino deja de atraer turistas limitando su crecimiento económico y su desarrollo.

---

**23** El tipo de alojamiento influye en el destino. De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 10,61% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 14,39% corresponde a Desacuerdo

El 28,03% corresponde a Imparcial

El 34,85% corresponde a De acuerdo

El 12,12% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 34,85% de los turistas encuestados están de acuerdo en que el tipo de alojamiento influye en el destino ya que influye en la experiencia del turista, la economía local, la imagen de este y el desarrollo de este.

---

**Fuente:** Análisis de datos obtenidos de la encuesta realizada a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela.

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

#### 4.1.1.1 Discusión

Por medio de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela se evidencia que los SIG aplicadas al turismo son una herramienta y facilitan la accesibilidad a la información para tomar decisiones a de acuerdo con sus intereses.

#### 4.1.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

Se muestran los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, con un total 8 actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela.

**Tabla 3** Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

INFORMACIÓN GENERAL		
Nº	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
	Edad	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados dentro de la población:  El 12,50% corresponde a 22 años El 25,00% corresponde a 30 años El 12,50% corresponde a 38 años El 12,50% corresponde a 45 años El 12,50% corresponde a 46 años El 12,50% corresponde a 58 años El 12,50% corresponde a 59 años Considerando los resultados obtenidos se observa que el 25,00% de los actores y prestadores encuestados tienen 30 años.
	Género	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:  EL 37,50% corresponde a femenino El 62,50% corresponde a masculino Considerando los resultados obtenidos se observa que el 62,50% de los actores y prestadores encuestados pertenecen al género masculino.
	Nivel de instrucción	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:  El 12,50% corresponde a Primaria El 62,50% corresponde a Secundaria

	<p>EL 25,00% corresponde a Nivel Superior</p> <p>Considerando los resultados obtenidos se observa que el 62,50% de los actores y prestadores encuestados cuentan con educación secundaria.</p>
Institución a la que pertenece	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>E 12,50% corresponde a la Gobernación de Bolívar – Ministerio de Gobierno</p> <p>El 62,50% corresponde al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural “Facundo Vela”</p> <p>EL 25,00% es Independiente</p> <p>Considerando los resultados obtenidos se observa que el 62,50% de los actores y prestadores encuestados trabajan en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural “Facundo Vela”.</p>
Cargo que ocupa	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>EL 12,50% corresponde a cocinero</p> <p>El 50,00% corresponde a conductor</p> <p>El 12,50% corresponde a secretaria</p> <p>El 12,50% corresponde a teniente político</p> <p>El 12,50% corresponde a vicepresidenta</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 50,00% de los actores y prestadores encuestados trabajan en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural “Facundo Vela” y tienen el cargo de conductores.</p>

---

## INFORMACIÓN ESPECÍFICA

---

### ACCESIBILIDAD

---

1	Está familiarizado con el concepto	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:
---	------------------------------------	---

---

<p>georreferenciación de destinos turísticos.</p>	<p>El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo  El 25,00% corresponde a Desacuerdo  El 12,50% corresponde a Imparcial  El 37,50% corresponde a De acuerdo  El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo con el concepto de georreferenciación de los destinos turísticos pues no solo permite saber dónde se encuentra ubicado un lugar, sino que también, mejora la orientación, muestra rutas de acceso hacia el destino y proporciona información necesaria para los turistas de acuerdo con sus necesidades.</p>
<p>2 El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo  El 12,50% corresponde a Desacuerdo  El 12,50% corresponde a Imparcial  El 37,50% corresponde a De acuerdo  El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo que el georreferenciar los destinos y servicios turístico permitiría el desarrollo de actividades turísticas ya que permite planificar viajes, visitar lugares pocos conocidos y mejorar la experiencia del turista.</p>
<p>3 El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo  El 25,00% corresponde a Desacuerdo  El 12,50% corresponde a Imparcial  El 37,50% corresponde a De acuerdo</p>

---

El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo que el estado de las carreteras influye en que decidan ir al destino ya que afecta a la accesibilidad, seguridad, comodidad y la percepción del destino y al contar con una buena infraestructura vial tiene una ventaja ya que puede ser llegar a ser atractivo para los turistas.

---

**4** Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 25,00% corresponde a Desacuerdo

El 12,50% corresponde a Imparcial

El 37,50% corresponde a De acuerdo

El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo que las condiciones de transporte influyen dentro de un destino ya que brinda comodidad, eficiencia en el tiempo permitiendo a los turistas llegar fácilmente al destino.

---

## **SATISFACCIÓN DEL TURISTA**

---

**5** La información proporcionada es importante dentro de un destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,50% corresponde a Desacuerdo

El 25,00% corresponde a De acuerdo

El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de totalmente de acuerdo que la información proporcionada es

---

		importante dentro de un destino ya que permite al turista tener conocimiento acerca del destino y facilite la estadía en el mismo.
6	La actualización de información es necesaria para un destino.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p>El 12,50% corresponde a Desacuerdo</p> <p>El 25,00% corresponde a De acuerdo</p> <p>El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de totalmente de acuerdo en que la actualización de información es necesaria para un destino ya que permite a los visitantes mantenerse informados con datos precisos y también, proporciona que ofrece el destino lo cual facilita la satisfacción de los visitantes.</p>

---

## VISIBILIDAD

---

7	La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p> <p>El 12,50% corresponde a Desacuerdo</p> <p>El 25,00% corresponde a De acuerdo</p> <p>El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están totalmente de acuerdo en que la ubicación de un destino dentro del mapa es importante ya que facilita a los turistas la navegación y planificación de un viaje permitiendo encontrar y acceder a los destinos mejorando la experiencia.</p>
8	Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p>

---

---

El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,50% corresponde a Desacuerdo

El 37,50% corresponde a De acuerdo

El 25,00% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos y servicios para llegar a un público más amplio ya que permite que el destino obtenga mayor visibilidad mejorando su imagen y generando mayor interés por parte del turista.

---

### NÚMERO DE VISITANTES

---

**9** La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 25,00% corresponde a Desacuerdo

El 25,00% corresponde a De acuerdo

El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están totalmente de acuerdo en que la afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo ya que genera ingresos económicos y promueve inversiones en infraestructura y servicios, impulsando la calidad de vida de la comunidad local y creando más experiencias a los turistas.

---

**10** Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 25,00% corresponde a Desacuerdo

El 37,50% corresponde a De acuerdo

El 25,00% corresponde a Totalmente de acuerdo

---

---

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas ya que el mejorar la imagen, los servicios y la calidad de un destino es fundamental para la toma de decisiones de los turistas fomentando un mayor flujo de estos y generando mayor satisfacción.

---

**11** Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 37,50% corresponde a Desacuerdo

El 50,00% corresponde a De acuerdo

El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 50,00% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino ya que cada destino ofrece experiencias únicas que atraen a diferentes tipos de turistas y que buscan destino de entretenimiento, aventura, relajación o cultura.

---

#### **PERMANENCIA MEDIA**

---

**12** Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,50% corresponde a Desacuerdo

El 12,50% corresponde a Imparcial

El 37,50% corresponde a De acuerdo

El 25,00% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía como la calidad de los alojamientos, variedad de actividades y oferta

---

---

gastronómica, esto hace que el destino sea más atractivo, cómodo lo que incentiva a los turistas a permanecer más tiempo y tener una experiencia más amplia.

---

**13** La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 25,00% corresponde a Desacuerdo

El 50,00% corresponde a De acuerdo

El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 50,00% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que la duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas ya que dentro del destino les permite disfrutar de la actividades y servicios disponibles lo que puede aumentar las recomendaciones y visitas futuras.

---

## **GASTO TURÍSTICO**

---

**14** Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 25,00% corresponde a Desacuerdo

El 50,00% corresponde a De acuerdo

El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 50,00% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que reciben suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes ya que tienen más seguridad y mejor planificación con su presupuesto lo que hace que se encuentren preparados para imprevistos y puedan disfrutar de su viaje.

---

## **NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS**

---

<p><b>15</b> La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo  El 12,50% corresponde a Desacuerdo  El 25,00% corresponde a De acuerdo  El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestados encuestaos están totalmente de acuerdo en que la ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas ya que limita a las opciones de alojamiento, actividades y entretenimiento de un destino haciendo que este sea menos atractivo y cómodo por lo cual, reduce la llegada de turistas, la economía local y el desarrollo turístico.</p>
<p><b>16</b> La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo  El 12,50% corresponde a Desacuerdo  El 25,00% corresponde a De acuerdo  El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo</p> <p>Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están totalmente de acuerdo en que la ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas ya que facilita el acceso a los servicios esenciales mejorando la comodidad, experiencia y haciendo que el destino se vea más atractivo y funcional.</p>
<p><b>17</b> La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.</p>	<p>De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <p>El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo</p>

---

El 12,50% corresponde a Desacuerdo  
El 25,00% corresponde a De acuerdo  
El 37,50% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están totalmente de acuerdo en que la opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino ya que las recomendaciones de los turistas proporcionan información valiosa acerca de la calidad del servicio que ofrecen en el destino.

---

### **CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

---

**18** Los establecimientos brindan la información adecuada.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,50% corresponde a Desacuerdo

El 37,50% corresponde a De acuerdo

El 25,00% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que los establecimientos brindan la información adecuada ya que se encuentran más informados con los detalles al planificar su viaje y obteniendo una satisfacción.

---

### **NÚMERO DE ALOJAMIENTO**

---

**19** La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

El 25,00% corresponde a Totalmente en desacuerdo

El 12,50% corresponde a Desacuerdo

El 37,50% corresponde a De acuerdo

El 25,00% corresponde a Totalmente de acuerdo

Considerado los resultados obtenidos se observa que el 37,50% de los actores y

---

	prestadores encuestados están de acuerdo en que la deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino ya que limita la capacidad de recibir a turistas afectando la economía local.
<b>20</b> El tipo de alojamiento influye en el destino.	De acuerdo con la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados:  El 12,50% corresponde a Totalmente en desacuerdo El 25,00% corresponde a Desacuerdo El 50,00% corresponde a De acuerdo El 12,50% corresponde a Totalmente de acuerdo  Considerado los resultados obtenidos se observa que el 50,00% de los actores y prestadores encuestados están de acuerdo en que el tipo de alojamiento influye en el destino ya que determina el perfil de los turistas que visitan el destino y afecta en la imagen y en el atractivo del lugar lo que contribuye a diversificación y desarrollo del turismo dentro del destino.

**Fuente:** Análisis de datos obtenidos de la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela.

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

#### 4.1.2.1 Discusión

Por medio de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela se evidencia que los SIG aplicadas al turismo son una herramienta para gestionar y analizar información.

### 4.2 Confiabilidad de la variable independiente: SIG aplicada al Turismo

#### 4.2.1 Confiabilidad de la encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar

**Tabla 4** Estadística de fiabilidad de la encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,759	23

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

El resultado alcanzado de coeficiente de confiabilidad es de 0,759, este coeficiente de acuerdo con el criterio es aceptable.

#### **4.2.2 Confiabilidad de la encuesta dirigida a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.**

**Tabla 5** Estadística de Fiabilidad de la encuesta dirigida a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

##### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,989	20

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

El resultado alcanzado de coeficiente de confiabilidad es de 0,989, este coeficiente de acuerdo con el criterio es excelente.

#### **4.3 Resultado de las hipótesis planteadas**

La comprobación de las hipótesis planteadas se realizó mediante un análisis descriptivo por medio de las encuestas realizadas.

##### **4.3.1 Hipótesis general**

**Hipótesis alterna:** Los SIG si son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar

**Hipótesis nula:** Los SIG no son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a turistas los resultados muestran: en la pregunta 1 el 29,55% se encuentra de acuerdo acerca de acceder al destino con facilidad, en la pregunta 4 el 34,85% se encuentra de acuerdo acerca de que la información proporcionada es importante, en la pregunta 6 el 39,39% se encuentra de acuerdo acerca de que actualizar información es necesaria, en la pregunta 7 el 34,85% se encuentra de acuerdo en que la ubicación de un destino dentro de un mapa es importante y en la pregunta 18 el 35,61% se encuentra de acuerdo acerca de la ubicación del mapa es importante para la accesibilidad. También, en la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio los resultados muestran: en la pregunta 1 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de familiarización del concepto de georreferenciación, en la pregunta 5 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de que la información proporcionada es importante, en la pregunta 6 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de que actualizar información es necesaria, en la pregunta 7 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de que la ubicación de un destino dentro de un mapa es importante y en la pregunta 16 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo de que la ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad.

Los resultados obtenidos permiten aceptar la hipótesis general, ya que muestran un nivel concordancia significativa, lo cual hace posible la visualización de la parroquia de forma interactiva y resaltando sus cualidades.

### **4.3.2 Hipótesis específicas**

#### **4.3.2.1 Hipótesis específica 1**

**HE1:** La georreferenciación de recursos turísticos si es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

**H0:** La georreferenciación de recursos turísticos no es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

De acuerdo con la encuesta realizada a turistas los resultados muestran: dentro de accesibilidad, en la pregunta 1 el 29,55% se encuentra de acuerdo con relación a acceder al destino con facilidad cuando viaja, en la pregunta 2 el 36,36% se encuentran de acuerdo acerca del estado de las carreteras influyen en decidir ir a un destino y en la pregunta 3 el 36,36% se encuentra de acuerdo acerca de las condiciones de transporte influyen dentro de un destino, dentro de satisfacción del turista los resultados muestran: en la pregunta 4 el 34,85% se encuentran de acuerdo acerca de la información proporcionada es importante dentro de un destino, en la pregunta 5 el 36,36% se encuentra de acuerdo acerca de encontrarse satisfecho con los servicios y productos recibidos dentro de un destino y la pregunta 6 el 39,39% se encuentra de acuerdo acerca de actualización de información, dentro de visibilidad los resultados muestran: en la pregunta 7 el 34,85% se encuentra de acuerdo acerca de la ubicación de un destino, en la pregunta 8 el 38,64% se encuentra de acuerdo acerca de un destino turístico debe promocionar sus atractivos, eventos, y servicios. También, en la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio los resultados muestran: dentro de accesibilidad, en la pregunta 1 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de familiarización con el concepto de georreferenciación, en la pregunta 2 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de georreferenciar los destinos y servicios turísticos, en la pregunta 3 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca del estado de las carreteras y en la pregunta 4 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de influencia de las condiciones de transporte, dentro de satisfacción del turista los resultados muestran: en la pregunta 5 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de proporcionar información es importante y en la pregunta 6 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de actualización de información, dentro de visibilidad los resultados muestran: en la pregunta 7 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de la ubicación de un destino y en la pregunta 8 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de un destino debe promocionar sus atractivos, eventos, y servicios.

Estos resultados determinan que la hipótesis específica 1 es aceptada debido a que los resultados obtenidos muestran un nivel de acuerdo significativo en sus indicadores, permitiendo la accesibilidad de los recursos, facilitando a los visitantes conocer a la ubicación de sitios de su interés mejorando su planificación y experiencia al realizar un viaje, también, beneficia a la parroquia y al desarrollo de esta.

#### **4.3.2.2 Hipótesis específica 2**

**HE2:** Los sistemas de información geográfica (SIG) en de las actividades turísticas si son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

**H0:** Los sistemas de información geográfica (SIG) en de las actividades turísticas no son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

De acuerdo, con la encuesta realizada a turistas los resultados muestran: dentro de número de visitantes, en la pregunta 9 el 29,55% se encuentra de acuerdo acerca de afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo, en la pregunta 10 el 37,12% se encuentra de acuerdo acerca de aspectos que se pueden mejorar y en la pregunta 11 el 35,61% se encuentra de acuerdo acerca de si las actividades turísticas influyen para visitar un destino, dentro de permanencia media los resultados muestran: en la pregunta 12 el 30,30% se encuentra de acuerdo acerca de elementos dentro de un destino que puedan mejorados, en la pregunta 13 el 40,15% se encuentra de acuerdo acerca de la duración de estancia dentro de un destino, y en la pregunta 14 el 33,33% se encuentra de acuerdo acerca del tiempo de permanencia en un destino, dentro de gasto turístico los resultados muestran: en la pregunta 15 el 28,79% se encuentra de acuerdo acerca de recibir suficiente información de costos y en la pregunta 16 el 34,09% se encuentra imparcial acerca de describir los gastos. También, en la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio los resultados muestran: dentro de número de visitantes, en la pregunta 9 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de afluencia de turistas, en la pregunta 10 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de aspectos que se pueden mejorar y en la pregunta 11 el 50,00% se encuentra de acuerdo acerca de influencia de las actividades turísticas, dentro de permanencia media los resultados muestran: en la pregunta 12 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de elementos dentro de un destino que puedan mejorados, y en la pregunta 13 el 50,00% se encuentra de acuerdo acerca de la duración de estancia en un destino, dentro de gasto turístico los resultados muestran: en la pregunta 14 el 50,00% se encuentra de acuerdo acerca de recibir suficiente información sobre costos.

Estos resultados determinan que la hipótesis específica 2 es aceptada. Aunque hay un resultado imparcial no afecta de forma significativa el resultado debido a que los demás resultados obtenidos muestran un acuerdo significativo en sus indicadores.

#### **4.3.2.3 Hipótesis específica 3**

**HE3:** La infraestructura turística si es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

**H0:** La infraestructura turística no es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

De acuerdo, con la encuesta realizada a turistas los resultados muestran: dentro de número de establecimientos turísticos, en la pregunta 17 el 30,30% se encuentra de acuerdo en la acerca de la ausencia de establecimientos, en la pregunta 18 el 35,61% se encuentra de acuerdo acerca de la importancia de la ubicación de los establecimientos y en la pregunta 19 el 36,36% se encuentra de acuerdo acerca de la opinión de los turistas influye en la elección de establecimiento, dentro de calidad de los establecimientos y servicios turísticos los resultados muestran: en la pregunta 20 el 28,03% se encuentra imparcial acerca de brindar información adecuada por parte de los establecimientos y en la pregunta 21 el 30,30% se encuentra de acuerdo acerca de servicios recibidos que cumplen con calidad, dentro de número de alojamiento los resultados muestran: en la pregunta 22 el 27,27% se encuentra de acuerdo acerca de la disponibilidad de alojamientos dificulta al desarrollo del destino, y en la pregunta

23 el 34,85% se encuentra de acuerdo acerca de que el tipo del alojamiento influye. También, en la encuesta realizada a actores y prestadores de servicio los resultados muestran: dentro de número de establecimientos turísticos, en la pregunta 15 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de la ausencia de establecimientos, en la pregunta 16 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de la importancia de ubicación de los establecimientos para la accesibilidad y en la pregunta 17 el 37,50% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de la opinión de los turistas influye en la elección de un establecimiento, dentro de calidad de los establecimientos y servicios turísticos los resultados muestran: en la pregunta 18 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de brindar información adecuada por parte de los establecimientos, dentro de número de alojamiento los resultados muestran: en la pregunta 19 el 37,50% se encuentra de acuerdo acerca de la deficiencia de alojamientos dificulta el desarrollo el destino y en la pregunta 20 el 50% se encuentra de acuerdo acerca de que el tipo de alojamiento influye.

Estos resultados respaldan y se determina que la hipótesis específica 3 es aceptada. Aunque hay un resultado imparcial no afecta de forma significativa el resultado debido a que los demás resultados obtenidos muestran un acuerdo significativo en sus indicadores mostrando que los actores y prestadores de servicio cuentan con una percepción más fuerte de la importancia de estos.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **5.1 Conclusiones**

Se concluye que los SIG son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela ya que, ofrece mayor visibilidad de los atractivos, mostrando información detallada, accesible y actualizada, permitiendo identificar rutas y puntos de interés lo cual hace que la parroquia se posicione como un destino atractivo. Incluir estrategias que vayan de acuerdo con las necesidades de la parroquia no solo la fortalece, sino que también la prioriza logrando un desarrollo sustentable y económico, lo cual permitirá fortalecer su planificación y la toma de decisiones por parte de las autoridades.

Se concluye que la georreferenciación de los recursos turísticos para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela es importante ya que, permite visibilidad de la ubicación de forma precisa de los atractivos dentro de mapas interactivos logrando que los visitantes conozcan la parroquia y tengan una idea de esta, de esta forma los visitantes pueden planificar mejor su viaje. El implementar la georreferenciación de los recursos permite destacar los mismos fomentando un turismo sostenible y contribuyendo a tomar decisiones estratégicas por parte de las autoridades llegando a fortalecer el turismo e impulsándolo como un destino atractivo.

Se concluye que el uso de los SIG dentro de las actividades turísticas es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela ya que, enriquece la experiencia del visitante al ofrecer esta información y a su vez fortalece a la parroquia con su capacidad de mostrar la diversidad y el valor del patrimonio que posee. Además, permite el manejo responsable del destino y sus recursos.

Se concluye que el uso de los SIG dentro de la infraestructura turística para la promoción de la parroquia Facundo Vela es importante ya que, permite una mejor planificación y uso eficiente de estos. Sin embargo, la infraestructura no presenta una calidad adecuada lo que hace que el visitante se cuestione y a su vez impide el desarrollo de la parroquia. La identificación de las áreas que requieren mejoras es fundamental ya que se implantan planes para la creación de una infraestructura adecuada, de este modo las autoridades realizan un seguimiento para monitorear su progreso y de ser necesario adaptarlas a lo que la parroquia necesita para un desarrollo sostenible y eficiente.

### **5.2 Recomendaciones**

Se recomienda realizar una capacitación a los actores y prestadores de servicio de la parroquia sobre el uso de los SIG y la georreferenciación de recursos ampliando el uso de herramientas desarrollando mayor participación comunitaria.

Se recomienda crear un plan turístico integral donde se integren todos los recursos naturales, culturales y la infraestructura que existe, mediante recursos que se obtienen a través del SIG, el plan debe observar la sostenibilidad y bienestar de la parroquia.

Se recomienda utilizar plataformas digitales para la promoción de los recursos turísticos georreferenciados de forma que permitan a los turistas conectarse con sus intereses.

Se recomienda la creación e implementar un SIG enfocado en la parroquia que permita la integración de datos turísticos que tenga acceso a mapas interactivos.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA.**

### **6.1 Antecedentes**

Un Geoportal es una plataforma en línea que proporciona acceso a información geoespacial y geográfica a través de mapas interactivos y herramientas de visualización. En el contexto del turismo, los Geoportales juegan un papel crucial al permitir a los usuarios explorar destinos turísticos, acceder a información detallada sobre alojamientos, atracciones, rutas, y otros recursos turísticos de una región específicas (Engelmo, Nieto, Horcajo, & Cárdenas, 2021). Según Engelmo (2021), el desarrollo de un Geoportal en el sector turístico permite a los viajeros conocer sus destinos con antelación, seleccionar alojamientos, rutas, excursiones, y medios de transporte, entre otros aspectos. Además, estos autores destacan que la integración de nuevas tecnologías en el turismo ha dado lugar a la creación de plataformas como los Geoportales, que ayudan a los destinos turísticos a adaptarse a las nuevas demandas y a diferenciarse en un mercado competitivo y globalizado.

Por otro lado, Xu (2015), menciona que los Geoportales no solo se utilizan para la difusión de información turística, patrimonial y cultural, sino que también tienen aplicaciones en el monitorio de sistemas tecnológicos, gestión de usos del suelo, prevención de desastres naturales, gestión del tráfico, y como estrategia para lograr un desarrollo sostenible.

Debido a los cambios que el turismo presenta, junto con las expectativas de los turistas, la implementación de nuevas tecnologías dentro de la planificación y desarrollo de un viaje es importante ya que el turista cuenta con una idea más clara de cómo será su destino (Basantes, 2018).

### **6.2 Tema**

Geoportal turístico para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

### **6.3 Introducción**

La parroquia Facundo Vela emerge como un destino turístico con características y atractivos únicos. Sin embargo, la poca visibilidad y una estrategia de promoción adecuada limita el flujo de visitantes y el desarrollo económico de la parroquia.

Con el avance de la tecnología, es evidente la necesidad de aprovechar herramientas digitales que faciliten la difusión de información acerca de destinos turísticos. Un geoportal se hace presente como una solución innovadora, esta herramienta permite una visualización geográfica de los atractivos turísticos, contribuyendo a la planificación de viajes.

La presente propuesta tiene como objetivo desarrollar un geoportal y por medio de este se busca destacar los distintos atractivos de la parroquia.

### **6.4 Objetivos**

#### **6.4.1 Objetivo general:**

Desarrollar un geoportal turístico interactivo para la parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, provincia de Bolívar, que impulse la promoción y el desarrollo del turismo dentro del mismo.

#### **6.4.2 Objetivos específicos:**

Realizar un análisis (FODA) el cual permitirá identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del destino, evaluando factores internos y externos. Se realizará mediante la recopilación y sistematización de información. Esto servirá para tomar decisiones estratégicas que potencien el éxito y minimicen riesgos.

Recolectar datos sobre los atractivos y actividades turísticas mediante visitas de campo y revisión documental. Lo que permitirá documentar sus características, ubicación y estado actual. La información servirá para estructurar el geoportal y promocionar el destino.

Integrar información geográfica y turística completa y actualizada de la parroquia Facundo Vela mediante el uso de los SIG. Esto permitirá estructurar mapas y detalles de atractivos y servicios. El objetivo es facilitar la promoción y planificación turística del destino.

#### **6.5 Justificación**

La creación de un geoportal responde a una serie de necesidades y oportunidades que pueden llegar a impactar de forma significativa dentro del ámbito turístico como del desarrollo socioeconómico de una comunidad.

Entre lo que se puede mejorar se encuentra:

La visibilidad y promoción debido a que la parroquia cuenta con un patrimonio natural y cultural que a menudo son desconocidas por el público en general, el geoportal es una plataforma digital que es accesible resaltando los atractivos y permitiendo que los turistas puedan descubrirlo.

El acceso a la información es clave para la toma de decisiones, el geoportal ofrece información sobre los recursos, mejorando la experiencia del visitante.

El turismo actúa como un motor para el desarrollo económico generando oportunidades para emprendedores locales, el geoportal puede estimular el turismo y contribuir con la generación de empleo y mejorar la calidad de vida.

#### **6.6 Ubicación geográfica**

Es una parroquia rural del cantón Guaranda, antiguamente conocida como “Las Tierras de Piñanatug”, al norte del cantón y provincia.

Se encuentra limitada al norte con la provincia de Cotopaxi y la parroquia Salinas, al sur Simiátug, al este y al oeste San Luis de Pambil y el cantón Las Naves. Se encuentra en la zona subtropical.

**Ilustración 1** Ubicación geográfica



**Elaborado Por:** Leydi Jaramillo

**6.7 Desarrollo de la Propuesta**

**6.7.1 Análisis de la situación interna y externa (FODA)**

**Tabla 6** Análisis de la situación interna y externa (FODA)

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Existencia de recursos naturales.</p> <p>Existencia de identidad cultural y tradiciones.</p> <p>Existencias de iniciativas para el desarrollo local y participaciones comunitarias.</p> <p>Existencia de producción agrícola.</p>	<p>Potencial para el desarrollo de turismo rural y ecoturismo.</p> <p>Iniciativas para acceso a programas gubernamentales.</p> <p>Iniciativas para mejorar el acceso a la tecnología y conectividad.</p> <p>Colaboraciones con organizaciones y universidades.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Infraestructura limitada que dificulta el desarrollo de la parroquia.</p> <p>Escasa promoción para el conocimiento de la parroquia.</p> <p>Carencia de información y datos actualizados dificultando la planificación y ejecución de proyectos.</p> <p>Migración en busca de oportunidades.</p>	<p>Cambios climáticos.</p> <p>Desastres naturales.</p> <p>Conflictos sociales entre los actores.</p> <p>Falta de inversión limitando el crecimiento y desarrollo económico.</p>

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo

## 6.7.2 Recolectar datos de atractivos y actividades turísticas.

### 6.7.2.1 Atractivos turísticos de la parroquia Facundo Vela.

**Tabla 7** Atractivos turísticos de la parroquia Facundo Vela

---

<b>Atractivos turísticos de la parroquia Facundo Vela</b>	
<b>Nombre del atractivo:</b> Túnel de Misan	
	
<b>Información del atractivo:</b> Atractivo natural ubicado en las cercanías de la parroquia Facundo Vela. Existen un total de 5 túneles, cuentan con un sendero. Los comuneros relatan que los túneles se formaron en la época de la colonia para la extracción de oro donde trabajaron los Mitayos o Llactayos de Calpi de la provincia de Chimborazo, otros cuentan que las túneles fueron creados como refugio para esconderse de asaltantes cuando se realizaba viajes de la sierra a la costa y la gente mayor comenta que estos existían desde la época de los incas y que conduce hacia una Chorrera en Relampa.	
<b>Actividades para realizar:</b> Senderismo Exploración de Túneles Observación de flora y fauna Paisajismo	
<b>Nombre del atractivo:</b> Piscina de la parroquia	
	
<b>Información del atractivo:</b>	

---

---

Las piscinas se encuentran cerca del centro de la parroquia, antes del cementerio.  
Es un atractivo artificial inaugurado en agosto del 2021, accesible para turistas, personas de la tercera edad, personas con discapacidad entre otros.

---

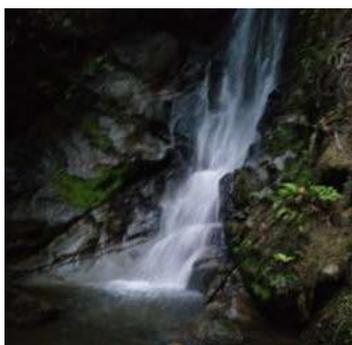
**Actividades para realizar:**

Natación  
Deportes acuáticos  
Actividades recreativas  
Ciclismo

---

**Nombre del atractivo:** Cascada Santa Teresita

---



---

**Información de atractivo:**

Es un atractivo natural con aproximadamente 5 acedidad de agua, con una altura de 4 a 7 metros, se encuentra ubicado al Oeste de la parroquia, este atractivo se encuentra rodeado con una variedad de flora y fauna.

Actualmente el entorno se encuentra alterado debido a los cambios climáticos e intervención del hombre.

---

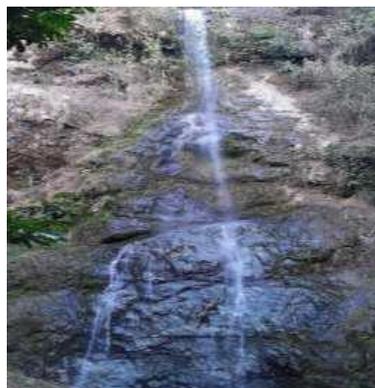
**Actividades para realizar:**

Senderismo  
Natación  
Observación de flora y fauna  
Convivencias  
Paisajismo

---

**Nombre del atractivo:** Cascada San Pablo

---



---

**Información del atractivo:**

Atractivo natural, cuenta aproximadamente con 2 caídas de agua, con una altura de 4 a 6 metros, ubicada al Norte de la parroquia, se encuentra rodeada por una variedad de flora y fauna.

Actualmente el entorno se encuentra alterado debido a los cambios climáticos e intervención del hombre.

---

**Actividades para realizar:**

Senderismo

Natación

Conciencias

Observación de flora y fauna

Paisajismo

---

**Nombre del atractivo:** Aguas termales

---



---

**Información del atractivo:**

Es un atractivo natural con varias nacientes de agua, sus visitantes comentan que esas aguas tienen la cualidad de sanar, también aseguran haber visto a la virgen.

Se encuentra rodeada de flora y fauna apta para realizar turismo.

---

**Actividades para realizar:**

Senderismo

Natación

Convivencias

Observación de flora y fauna

Paisajismo

---

**Nombre del atractivo:** Trapiche hidráulico “La Libia”

---



---

**Información del atractivo:**

El trapiche hidráulico es un atractivo, ubicado al Nor-occidente de la parroquia, este atractivo fue una mezcla de lo contemporáneo con lo antiguo ya que, fue construido en los cimientos de un trapiche de más de 100 años de antigüedad, es parte de la hacienda la Libia e donde se produce productos derivados de la caña de azúcar como el agua ardiente, a panela, miel entre otros.

Actualmente el trapiche se encuentra alterado por intervención del hombre.

---

**Actividades para realizar:**

Senderismo

Actividades recreativas

Actividades de molienda tradicional

Degustación de bebidas tradicionales

Convivencias culturales

---

**Nombre del atractivo:** Iglesia de Facundo Vela

---



---

**Información del atractivo:**

Con una arquitectura sencilla y acogedora, esta iglesia refleja la tradición y el carácter religioso de la región andina ecuatoriana. Su fachada de estilo colonial, con detalles en piedra y madera, invita a los visitantes a conocer su interior, donde se encuentra un altar adornado con iconografías religiosas locales.

---

**Actividades para realizar:**

Asistir a ceremonias y rituales, como misas, rezos colectivos, meditaciones, entre otros.

Participar en peregrinaciones.

---

---

Realizar tours guiados que explican la historia, arquitectura y significado espiritual de los lugares sagrados.

---

**Nombre del atractivo:** Fábrica de mermeladas “La Carlita”

---



---

**Información del atractivo:**

Nace en 1978 por iniciativa de la voluntaria italiana Calara Sbeghen, empezó con un pequeño grupo de mujeres de dio el inicio a la elaboración de la mermelada con el objetivo de dar trabajo a los jóvenes y ofrecer una mejor calidad de vida evitando la migración.

La fábrica nace con el nombre de “La Facundeña” y debido a una denuncia de la fábrica de productos enlatados Facundo es que se cambia el nombre a “La Carlita”.

Esta fábrica produce dos presentaciones de mermeladas: frascos de 300 y 600 gramos con sabores de: chamburo, guayaba, manzana, mora, mortiño, naranja, pina entre otros.

---

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

### 6.7.2.2 Actividades de la parroquia Facundo Vela.

**Tabla 8** Actividades de la parroquia Facundo Vela

---

#### Actividades de la parroquia Facundo Vela.

---

**Nombre de la actividad:** Elaboración del agua ardiente

---



---

**Información de la actividad:**

Existen dos tipos de caña con la cual se elabora el aguardiente

---

---

El aguardiente, trago o puro es elaborado a base de caña de azúcar en trapiches, estos pueden ser a motor o con caballos, el proceso es el siguiente:

Se corta la caña, se raspa, se burrea hasta la casa (transportada en animales) , se la taja y se la muele en el trapiche, una vez que el caldo (jugo de caña) sale es colocado en cubas (cajones grandes) con concho (jugo de caña sobrante y almacenado en la misma cuba y a los 30 días nace un hongo) esperando de 1 a 3 días para que este sea fermentado, cuando la cuba ya da, se produce el guarapo (jugo de caña fermentado), este es colocado en los tanques dentro del horno para cocinarlo a fuego alto, una vez que ya está listo se produce el vinillo (crudo) y este es almacenado en pipas y se desmostan los tanques (vaciar los tanques).

Para elaborar el agua ardiente se debe llenar los tanques con vinillo y cocinarlo a fuego bajo ya que podría quemarse y una vez que los segundos baldes se encuentren por la mitad pesan los grados de alcohol con una pesa (aerómetro) y si pesa 40° o más quiere decir que este bueno caso contrario esta malo

---

**Nombre de la actividad:** Elaboración de la panela y alfeñique

---



---

**Información de la actividad:**

Para la elaboración de la panela sea el atado o el granulado se escoge la caña buena, sana y madura, el proceso es el siguiente:

Se escoge la caña, se la corta, raspa, burrea hasta la casa, se la taja y se la muele, el caldo se coloca en un horno de paila, este puede ser realizado de ladrillo con barro, piedra con barro o con la mitad de tanque y una paila.

Se cocina a fuego alto, sacando la cachaza (espuma e impurezas del caldo), según el caldo va hirviendo este va disminuyendo y espesando quedando la miel hasta llegar a su punto, se produce una espuma blanca lo que indica que ya está listo y para comprobarlo hay que sujetar un balde con agua, meter y sacar la mano algunas veces y meter la mano a la paila, sacarla y

---

---

colocar la mano en el agua y si al sacar la mano del agua la miel se rompe al apretarla indicaba que ya estaba listo para sacar la paila.

Para preparar el atado de panela esta se coloca en los pucos (moldes redondos), una vez enfriados casaban (unían) dos pucos y se los empapan hoja de caña seca y ya están listos. Para realizar la panela granulada, se saca la paila del horno y con un cucharón se labra (bate) con movimientos circulares, evitando que se riegue ya que se crece, se sigue labrando hasta que se seque y esté listo.

Para la elaboración del alfeñique, se saca antes que la miel llegue al punto, se lo coloca en el tallo de plátano y a los lados se coloca un plátano pequeño, se deja enfriar de 20 a 30 minutos, pasado el tiempo se lo saca y se lo hala, hasta que esté listo para envolverlo.

---

**Nombre de la actividad:** Elaboración de tamales de plátano

---



---

**Información de la actividad:**

Para la elaboración de los tamales se debe pelar el guineo y seda verdes, se lo lava y se lo pela, se raspa quitando las impurezas y se lo muele, aparte se corta la hoja de plátano de seda y se pasa por el fuego sin quemarlo hasta que este quede suave para que no se rompa y se lo corta en trozos medianos.

Para preparar la masa se coloca el plátano molido en un recipiente grande y se coloca lo siguiente: panela diluida, manteca de chanco diluida, mantequilla diluida, royal, una vez incorporado todos los ingredientes se debe mezclar hasta que una mezcla homogénea, en otro recipiente se coloca queso picado.

Una vez que las hojas de plátano estén limpias se coloca de una a dos cucharadas de la masa en el centro de la hoja y el queso se lo coloca en mitad, se le envuelve para evitar que la masa salga, una vez hecho todo se lo cocina a vapor en una olla tamalera de 1 a 2 horas, dependiendo de la cantidad puesta en la olla.

---

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

### 6.7.2.3 Festividades patronales de la parroquia Facundo Vela.

**Tabla 9** Festividades patronales de la parroquia Facundo Vela

---

Festividades patronales de la parroquia Facundo Vela

---

**Nombre de la Festividad:** Fiestas patronales

---



---

### Información de la festividad:

Las fiestas son celebradas en honor a Jesús del Gran Poder en el mes de agosto, ofreciendo shows con artistas nacionales, juegos pirotécnicos, corrida de toros, banda de pueblo, juegos deportivos y exaltación y coronación a la reina de la parroquia.

---

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

### 6.7.3 Información geográfica y turística de la parroquia Facundo Vela.

Explora el geoportal interactivo y descubre el catálogo de la parroquia Facundo Vela.

Enlace de acceso: <https://arcg.is/15rOu91>

Código QR: *Geoportal de la parroquia Facundo Vela*

**Ilustración 2** Código QR Geoportal de la parroquia Facundo Vela



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

La información integrada es para dar a conocer los atractivos de la parroquia con la finalidad de atraer a los turistas, fomentando el desarrollo socioeconómico de la misma.

Para integrar la información se creó un mapa donde se ubican los distintos atractivos de la parroquia.

### Ilustración 3 Portada de la parroquia Facundo Vela



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

Este es el inicio de la historia donde se encuentra el nombre de la parroquia y como es conocida, llega a ser conocida así ya que existen grandes cantidades de caña dulce y la gran parte de la comunidad se dedica a la cañicultura que es la elaboración del agua ardiente.

### Ilustración 4 Geoportal de la parroquia Facundo Vela



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el geoportal con sus principales atractivos, al seleccionar cada uno de ellos puede acceder a la descripción de estos, se encuentran situados en una zona subtropical donde, el clima es agradable y fresco para propios y extraños.

## Ilustración 5 Túnel de Misan

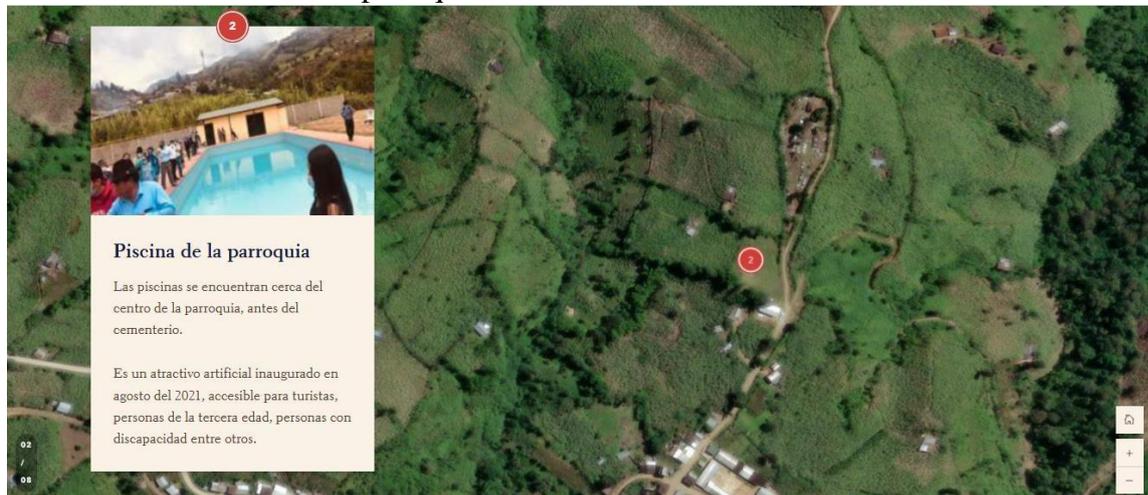


**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el primer atractivo el Túnel de Misan donde, existen un total de 5 túneles, cuentan con un sendero. Los comuneros relatan que los túneles se formaron en la época de la colonia para la extracción de oro donde trabajaron los Mitayos o Llactayos de Calpi de la provincia de Chimborazo, otros cuentan que las túneles fueron creados como refugio para esconderse de asaltantes cuando se realizaba viajes de la sierra a la costa y la gente mayor comenta que estos existían desde la época de los incas y que conduce hacia una Chorrera en Relampa.

Se encuentra ubicado antes de Balsona y se parte desde la parroquia por la vía al Corazón en el recinto Misan.

## Ilustración 6 Piscina de la parroquia



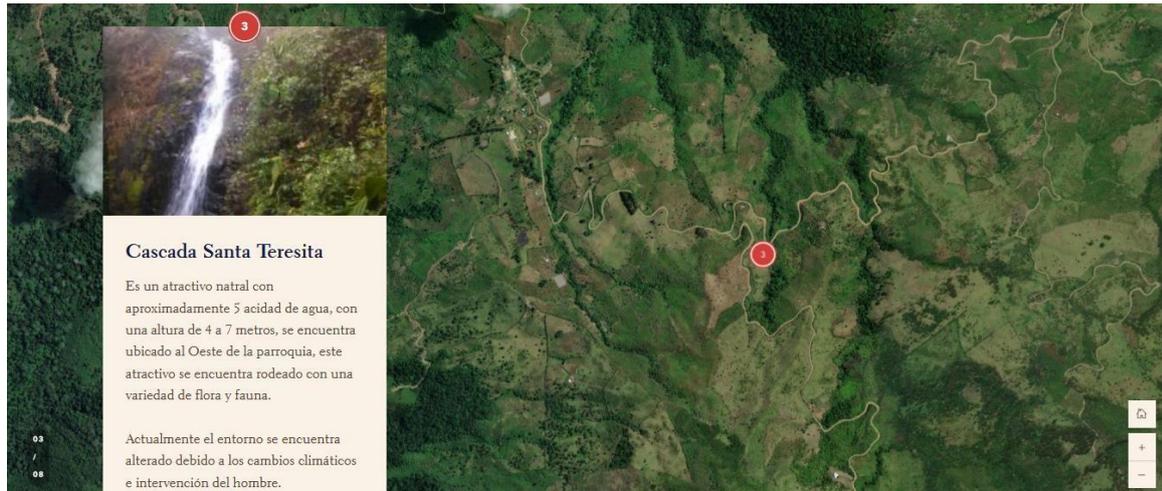
**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el segundo atractivo Piscinas de la parroquia, se encuentran cerca del centro de la parroquia, antes del cementerio.

Es un atractivo artificial realizado por el GAD parroquial e inaugurado en agosto del 2021, accesible para turistas, personas de la tercera edad, personas con discapacidad entre otros.

Se encuentra ubicado antes del cementerio de la parroquia, para llegar a él se parte desde el parque central de la parroquia.

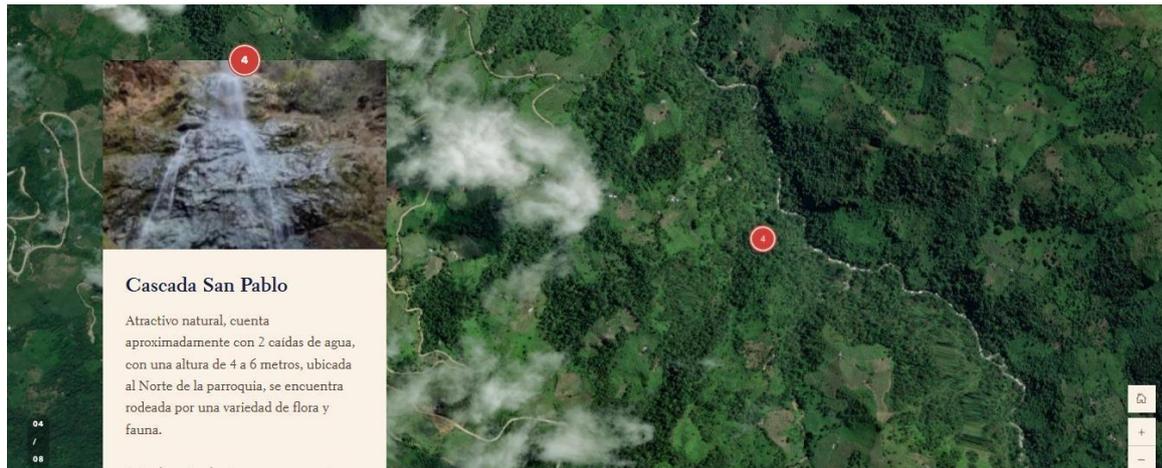
### Ilustración 7 Cascada Santa Teresita



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se encuentra el tercer atractivo la cascada Santa Teresita, es un atractivo natural con aproximadamente 5 caídas de agua, con una altura de 4 a 7 metros, se encuentra ubicado al Oeste de la parroquia, este atractivo se encuentra rodeado con una variedad de flora y fauna.

### Ilustración 8 Cascada San Pablo



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el cuarto atractivo la cascada San Pablo, es un atractivo natural, cuenta aproximadamente con 2 caídas de agua, con una altura de 4 a 6 metros, ubicada al Norte de la parroquia, se encuentra rodeada por una variedad de flora y fauna.

## Ilustración 9 Aguas termales



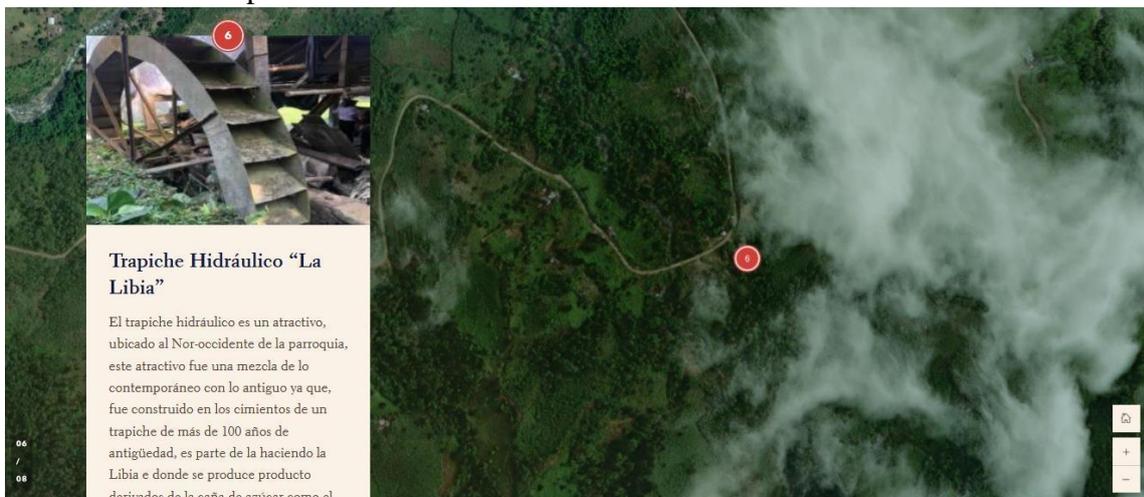
**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el quinto atractivo Aguas termales, es un atractivo natural con varias nacientes de agua, sus visitantes comentan que esas aguas tienen la cualidad de sanar, también aseguran haber visto a la virgen.

Se encuentra rodeada de flora y fauna apta para realizar turismo.

Se encuentra ubicada en el recinto Naranjal en los predios de la Sra. Martha Endara.

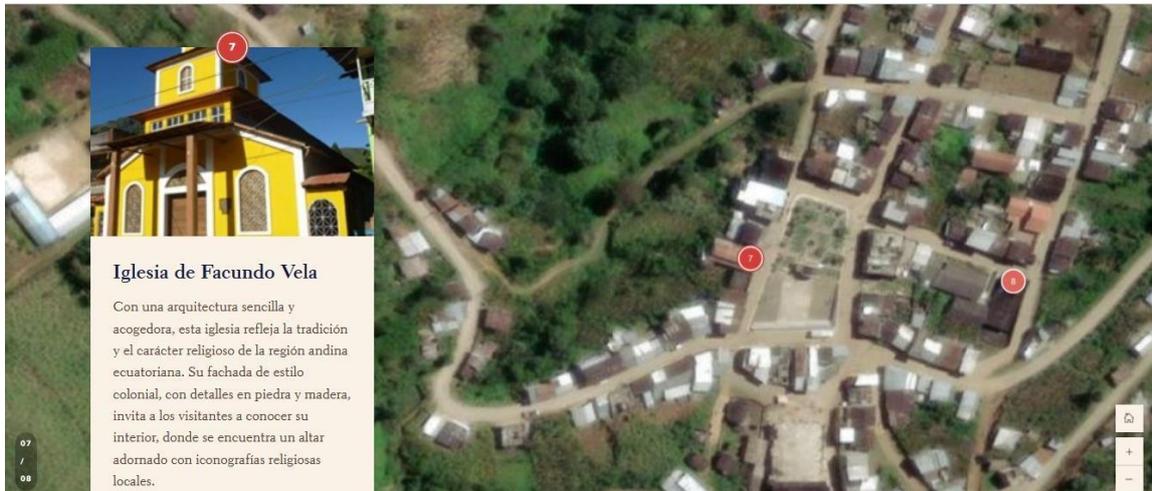
## Ilustración 10 Trapiche hidráulico "La Libia"



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el sexto atractivo, el Trapiche hidráulico "La Libia", es un atractivo, ubicado al Nor-occidente de la parroquia en el recinto La Libia en los predios del Sr. Sérvulo Encalada, este atractivo fue una mezcla de lo contemporáneo con lo antiguo ya que, fue construido en los cimientos de un trapiche de más de 100 años de antigüedad, es parte de la hacienda la Libia e donde se produce producto derivados de la caña de azúcar como el agua ardiente, a panela, miel entre otros.

## Ilustración 11 Iglesia de Facundo Vela



### Iglesia de Facundo Vela

Con una arquitectura sencilla y acogedora, esta iglesia refleja la tradición y el carácter religioso de la región andina ecuatoriana. Su fachada de estilo colonial, con detalles en piedra y madera, invita a los visitantes a conocer su interior, donde se encuentra un altar adornado con iconografías religiosas locales.

### Elaborado por: Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el séptimo atractivo, Iglesia de Facundo Vela, cuenta con una arquitectura sencilla y acogedora, esta iglesia refleja la tradición y el carácter religioso de la región andina ecuatoriana. Su fachada de estilo colonial, con detalles en piedra y madera, invita a los visitantes a conocer su interior, donde se encuentra un altar adornado con iconografías religiosas locales, se encuentra ubicado junto al parque central de la parroquia.

### Ilustración 12 Fábrica de mermeladas "La Carlita"



### Fábrica de mermeladas "La Carlita"

Nace en 1978 por iniciativa de la voluntaria italiana Calara Sbeghen, empezó con un pequeño grupo de mujeres de dio el inicio a la elaboración de la mermelada con el objetivo de dar trabajo a los jóvenes y ofrecer una mejor calidad de vida evitando la migración.

### Elaborado por: Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestra el octavo atractivo, Fábrica de mermeladas "La Carlita", nace en 1978 por iniciativa de la voluntaria italiana Calara Sbeghen, empezó con un pequeño grupo de mujeres de dio el inicio a la elaboración de la mermelada con el objetivo de dar trabajo a los jóvenes y ofrecer una mejor calidad de vida evitando la migración.

La fábrica nace con el nombre de "La Facundeña" y debido a una denuncia de la fábrica de productos enlatados Facundo es que se cambia el nombre a "La Carlita".

Esta fábrica produce dos presentaciones de mermeladas: frascos de 300 y 600 gramos con sabores de: chamburo, guayaba, manzana, mora, mortiño, naranja, pina entre otros.

Se encuentra ubicada junto al Centro de Salud de la parroquia.

### Ilustración 13 Elaboración del agua ardiente

Actividades que se realizan en la parroquia Facundo Vela.



Elaboración del Agua ardiente

El aguardiente, trago o puro es elaborado a base de caña de azúcar en trapiches, estos pueden ser a motor o con caballos, el proceso es el siguiente:

Se corta la caña, se raspa, se burrea hasta la casa (transportada en animales), se la taja y se la muele en el trapiche, una vez que el caldo (jugo de caña) sale es colocado en cubas (cajones grandes) con

### Elaborado por: Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección se muestran las actividades que se realizan en la parroquia, como primera actividad está la elaboración del agua ardiente, El aguardiente, trago o puro es elaborado a base de caña de azúcar en trapiches, estos pueden ser a motor o con caballos, el proceso es el siguiente:

Se corta la caña, se raspa, se burrea hasta la casa (transportada en animales), se la taja y se la muele en el trapiche, una vez que el caldo (jugo de caña) sale es colocado en cubas (cajones grandes) con concho (jugo de caña sobrante y almacenado en la misma cuba y a los 30 días nace un hongo) esperando de 1 a 3 días para que este sea fermentado, cuando la cuba ya da, se produce el guarapo (jugo de caña fermentado), este es colocado en los tanques dentro del horno para cocinarlo a fuego alto, una vez que ya está listo se produce el vinillo (crudo) y este es almacenado en pipas y se desmostan los tanques (vaciar los tanques).

Para elaborar el agua ardiente se debe llenar los tanques con vinillo y cocinarlo a fuego bajo ya que podría quemarse y una vez que los segundos baldes se encuentren por la mitad pesan los grados de alcohol con una pesa (aerómetro) y si pesa 40° o más quiere decir que este bueno caso contrario esta malo.

### Ilustración 14 Elaboración de la panela y alfeñique



Elaboración de la panela y alfeñique

### Elaborado por: Leydi Jaramillo, 20204

En esta sección se muestra la segunda actividad, la cual es la elaboración de la panela y el alfeñique, para la elaboración de la panela sea el atado o el granulado se escoge la caña buena, sana y madura, el proceso es el siguiente:

Se escoge la caña, se la corta, raspa, burrea hasta la casa, se la taja y se la muele, el caldo se coloca en un horno de paila, este puede ser realizado de ladrillo con barro, piedra con barro o con la mitad de tanque y una paila.

Se cocina a fuego alto, sacando la cachaza (espuma e impurezas del caldo), según el caldo va hirviendo este va disminuyendo y espesando quedando la miel hasta llegar a su punto, se produce una espuma blanca lo que indica que ya está listo y para comprobarlo hay que sujetar un balde con agua, meter y sacar la mano algunas veces y meter la mano a la paila, sacarla y colocar la mano en el agua y si al sacar la mano del agua la miel se rompe al apretarla indicaba que ya estaba listo para sacar la paila.

Para preparar el atado de panela esta se coloca en los pucos (moldes redondos), una vez enfriados casaban (unían) dos pucos y se los empapan hoja de caña seca y ya están listos.

Para realizar la panela granulada, se saca la paila del horno y con un cucharón se labra (bate) con movimientos circulares, evitando que se riegue ya que se crece, se sigue labrando hasta que se seque y esté listo.

Para la elaboración del alfeñique, se saca antes que la miel llegue al punto, se lo coloca en el tallo de plátano y a los lados se coloca un plátano pequeño, se deja enfriar de 20 a 30 minutos, pasado el tiempo se lo saca y se lo hala, hasta que esté listo para envolverlo.

#### **Ilustración 15** Elaboración de tamales de plátano



Elaboración de tamales de plátano

Para la elaboración de los tamales se debe pelar el guineo y seda verdes, se lo lava y se lo pela, se raspa quitando las impurezas y se lo muele, aparte se corta la hoja de plátano de seda y se pasa por el fuego sin quemarlo hasta que este quede suave para que no se rompa y se lo corta en trozos medianos.

Para preparar la masa se coloca el plátano molido en un recipiente grande y se coloca lo siguiente: panela diluida, manteca de chanco diluida, mantequilla diluida, royal, una vez incorporado todos los ingredientes se debe mezclar hasta que una mezcla homogénea, en otro recipiente se coloca queso picado.

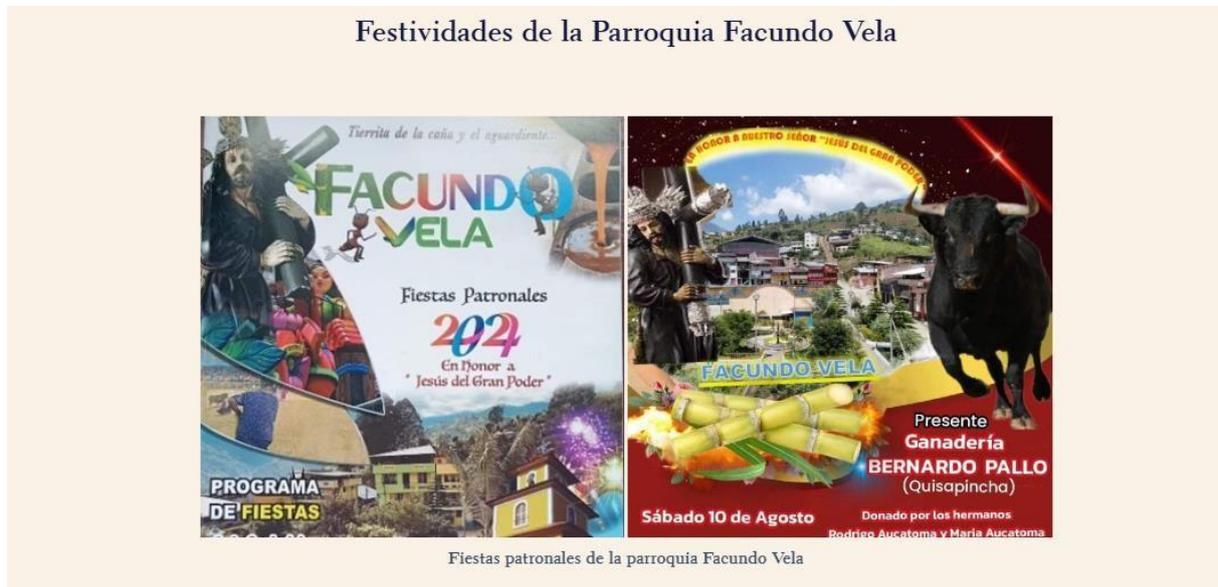
#### **Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

En esta sección tenemos la tercera actividad la cual es la elaboración de tamales de plátano, Para la elaboración de los tamales se debe pelar el guineo y seda verdes, se lo lava y se lo pela, se raspa quitando las impurezas y se lo muele, aparte se corta la hoja de plátano de seda y se pasa por el fuego sin quemarlo hasta que este quede suave para que no se rompa y se lo corta en trozos medianos.

Para preparar la masa se coloca el plátano molido en un recipiente grande y se coloca lo siguiente: panela diluida, manteca de chanco diluida, mantequilla diluida, royal, una vez incorporado todos los ingredientes se debe mezclar hasta que una mezcla homogénea, en otro recipiente se coloca queso picado.

Una vez que las hojas de plátano estén limpias se coloca de una a dos cucharadas de la masa en el centro de la hoja y el queso se lo coloca en mitad, se le envuelve para evitar que la masa salga, una vez hecho todo se lo cocina a vapor en una olla tamalera de 1 a 2 horas, dependiendo de la cantidad puesta en la olla.

**Ilustración 16** Fiestas patronales de la parroquia Facundo Vela



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

Las fiestas son celebradas en honor a Jesús del Gran Poder en el mes de agosto, ofreciendo shows con artistas nacionales, juegos pirotécnicos, corrida de toros, banda de pueblo, juegos deportivos y exaltación y coronación a la reina de la parroquia.

**Ilustración 17** Logos institucionales



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

## BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 195. Obtenido de <http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9%283%29195-204.pdf>
- ArcGIS Resources. (2023). *ArcGIS Resources*. Obtenido de resources.arcgis.com: <https://resources.arcgis.com/es/help/getting-started/articles/026n00000016000000.htm>
- Barrera, C., González, J., & Cáceres, G. (2020). *Toma de decisiones en el sector turismo mediante el uso de Sistemas de Información Geográfica e inteligencia de negocios*. Obtenido de revistas.udistrital.edu.co: <https://doi.org/10.14483/23448350.15997>
- Basantes, V. (2018). EL TURISTA 3.0 O ADPROSUMER: UN NUEVO RETO PARA EL DERECHO Y LA ECONOMÍA. *Revista Internacional de Derecho y Economía del turismo*, 48. Obtenido de EL TURISTA 3.0 O ADPROSUMER: UN NUEVO RETO PARA EL DERECHO Y LA ECONOMÍA: <https://doi.org/10.21071/ridetur.v2i2.11518>
- Bhat, A. (2024). Obtenido de <https://www.questionpro.com/>: <https://www.questionpro.com/blog/field-research/>
- Cellucci, C. (2013). Obtenido de <https://www.researchgate.net/>: [https://www.researchgate.net/publication/299666191\\_The\\_Analytic-Synthetic\\_Method](https://www.researchgate.net/publication/299666191_The_Analytic-Synthetic_Method)
- Corporación de Desarrollo Integral Rashellbella “CORDEIR”. (2022). Proyecto de turismo para la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. Guaranda, Bolívar, Ecuador. Obtenido de <https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/facundo-vela/>
- Crombach, L. (1951). Coeficiente alfa y estructura interna de los tests. *Psychometrika* 16, 297-334. Obtenido de <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Engelmo, Á., Nieto, A., Horcajo, A., & Cárdenas, A. (2021). *Revista de Estudios Andaluces*. Retrieved from Tourist Geoportal of a Rural Region as a Means of Disseminating its offer: <https://dx.doi.org/10.12795/rea>
- ESRI. (2023). *ESRI Ecuador*. Obtenido de <https://www.esri.co/es-ec/nosotros/sobre-esri/queson-los-sig#:~:text=Un%20sistema%20de%20informaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica,mapas%20y%20escenas%20en%203D.>
- ESRI. (2023). *Georreferenciación y sistemas de coordenadas*. Obtenido de resources.arcgis.com: <https://resources.arcgis.com/es/help/getting-started/articles/026n0000000s000000.htm>
- Ghedín, L., Alvez da Silva, M., Duarte, C., & da Silva Level, T. (2011). SIG-TUR: UNA HERRAMIENTA PARA LA PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL DE LOS DESTINOS TURISTICOS. *Revista Geográfica de América Central*. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4517/451744820796.pdf>
- Gobierno de Canarias. (2023). Obtenido de [gobiernodecanarias.org](http://gobiernodecanarias.org): [https://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir\\_gral\\_ordenacion\\_promocion/actividades\\_complementarias/index.html](https://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html)

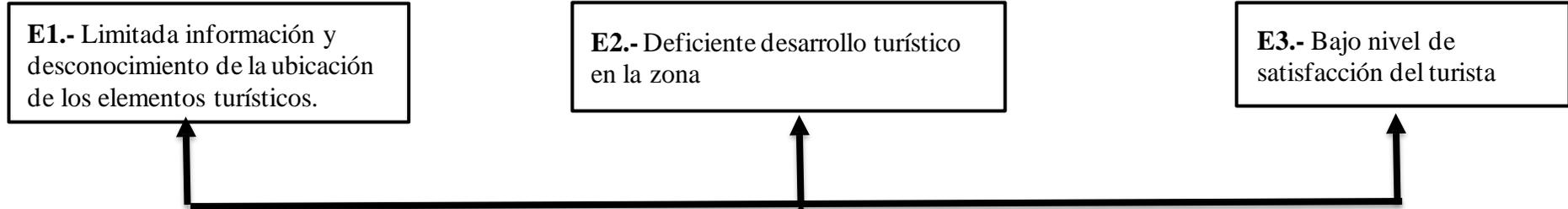
- Guevara, A. (2008). *Sistemas de información de destinos turísticos integrados (SIDTI)*. En *Investigaciones turísticas. Una perspectiva multidisciplinar: I jornadas de investigación en turismo Sevilla: Escuela Universitaria de Estudios Empresariales*. Obtenido de idus.us.es: <https://idus.us.es/handle/11441/53592>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 166-167. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Instituto Distrital de Turismo. (2023). *Infraestructura turística*. Obtenido de <https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica#:~:text=La%20Infraestructura%20Tur%3%ADstica%20se%20define,utiliza%20para%20impulsar%20su%20actividad>.
- Jovanovic, V., & Njeguš, A. (2008). doi:10.2298/YJOR0802261J
- Lifeder. (2020). Obtenido de <https://www.lifeder.com/>: <https://www.lifeder.com/investigacion-bibliografica/>
- Lisboa, J. (2018). Investigación cualitativa: fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 72-73. Obtenido de <https://doi.org/10.15178/va.2018.144.69-76>
- Loggiodice, Z. (2012). <https://www.eumed.net>. Obtenido de Metodología de la investigación: <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>
- Lopera, J., Ramírez, C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (2010). <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/>. Retrieved from El método analítico como método natural: <https://hdl.handle.net/10495/5501>
- Marin, A., & Zapata, M. (2017). USOS Y APLICACIONES DEL EXCEL. *repository icesi*, 1-37. Obtenido de [http://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/83888](http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/83888)
- Mcleod, S. (2023). *simplypsychology.org*. Obtenido de <https://www.simplypsychology.org/likert-scale.html>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. Córdoba, España.
- Murray, & Larry. (2005). Obtenido de [https://www.academia.edu/44609733/Estad%3%ADstica\\_Serie\\_Schaum\\_4ta\\_edici%3%B3n\\_Murray\\_R\\_Spiegel\\_pdf\\_1\\_](https://www.academia.edu/44609733/Estad%3%ADstica_Serie_Schaum_4ta_edici%3%B3n_Murray_R_Spiegel_pdf_1_)
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica. *Repositorio utmachala*, 70-71-72. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12498>
- Niño, S., & Danna, J. (2016). Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) en turismo como herramienta de desarrollo y planificación territorial en las regiones periféricas. *Ciudades, Comunidades e Territorios*, 18-39. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/329608977\\_Los\\_Sistemas\\_de\\_Informacion\\_Geografica\\_SIG\\_en\\_turismo\\_como\\_herramienta\\_de\\_desarrollo\\_y\\_planificacion\\_territorial\\_en\\_las\\_regiones\\_perifericas](https://www.researchgate.net/publication/329608977_Los_Sistemas_de_Informacion_Geografica_SIG_en_turismo_como_herramienta_de_desarrollo_y_planificacion_territorial_en_las_regiones_perifericas)
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de [https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Las%20industrias%20tur%3%ADsticas%20\(tambi%C3%A9n%20denominadas,en%20las%20RIET%202008%20\(p%C3%A1rrs](https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Las%20industrias%20tur%3%ADsticas%20(tambi%C3%A9n%20denominadas,en%20las%20RIET%202008%20(p%C3%A1rrs)

- Ponce, H., Cervantes, D., & Robles, A. (2021). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/463/567?inline=1>
- Ramírez, R. C. (2023). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Obtenido de eumed.net: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- Rivadeneira, J., Barrera, M., & De La Hoz Suárez, A. I. (2020). Análisis general del spss y su utilidad en la estadística. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 17-25. Retrieved from <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/19>
- Rubio, J. (2010). *Sistemas de información geográfica como herramienta para el estudio y promoción del turismo*. Obtenido de repository.unipiloto.edu.co: <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/8120>
- Sandoval, A. (2014). Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec>: <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/2926>
- Suárez, E. (2023). Obtenido de <https://expertouniversitario.es>: <https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Takarai, D. (2013). *Metodología de la investigación - Sampieri*. Obtenido de <https://issuu.com/davidtakarai/docs/metodologia-de-la-investigacion/245>
- Universidad Veracruzana. (2020). *Universidad Veracruzana*. Obtenido de <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>
- Vargas, K. (2014). *Sistemas de información y tecnologías de la información en el turismo internacional*. Obtenido de repository.unimilitar.edu.co: <http://hdl.handle.net/10654/10706>
- Viñán, C., & Sánchez, R. (2020). Planificación de los destinos turísticos y el uso de las nuevas tecnologías, a través de los sistemas de georreferenciación. *Tendencias de la comunicación para el turismo*, 257-286.
- Xu, C. (2015). <https://www.sciencedirect.com/>. Obtenido de Preparation of earthquake-triggered landslide inventory maps using remote sensing and GIS technologies: Principles and case studies: <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2014.03.004>
- Zúñiga, P., Cedeño, R., & Palacios, I. (2023). *Metodología de la investigación científica: guía práctica*. . Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar.

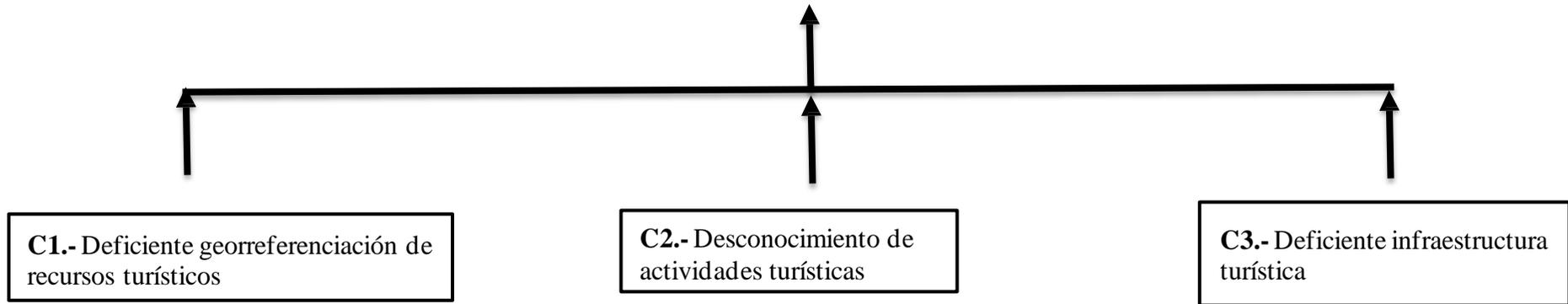
**ANEXOS**

**1. Árbol de problemas.**

E  
F  
E  
C  
T  
O  
S



C  
A  
U  
S  
A  
S



**Elaborado por:** Leydi Jaramillo

## 2. Matriz de operacionalización.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN ORGANIZACIONAL	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODOS, TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Sistemas de Información Geográfica aplicada al Turismo	Los SIG aplicadas al turismo es un área que le permite desarrollar aplicaciones de georreferenciación de recursos turísticos. Estos controlan y usan información geográfica combinándose con otros medios. Esta tecnología ofrece oportunidades importantes para el desarrollo de actividades e infraestructura turística que usan mapas (Jovanovic & Njeguš, 2008).	Área que permite <u>georreferenciar recursos turísticos</u> usando información geográfica que permite el desarrollo de <u>actividades</u> e <u>infraestructura turística</u> utilizadas en mapas.	Georreferenciación de recursos turísticos	La georreferenciación turística se refiere al proceso de asociar información geográfica con elementos turísticos, como atracciones, hoteles, restaurantes, rutas turísticas, entre otros. Esto permite que los turistas puedan acceder a información detallada sobre los lugares que visitan, y les ayuda a planificar mejor su viaje (Viñán & Sánchez, 2020).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Accesibilidad:</b> Es la facilidad con la que los turistas pueden acceder a los recursos turísticos que se han georreferenciado. Se pueden medir indicadores como la distancia entre los recursos turísticos, el tiempo necesario para desplazarse entre ellos, la calidad de las carreteras y los medios de transporte disponibles.</li> <li>• <b>Satisfacción del turista:</b> Es la percepción de los turistas sobre la calidad y utilidad de la información georreferenciada. Se pueden medir indicadores como el nivel de satisfacción de los turistas con la información georreferenciada, la cantidad de información proporcionada, la precisión y actualización de la información, y la facilidad de uso.</li> <li>• <b>Visibilidad:</b> Es la capacidad de los turistas para encontrar los recursos turísticos que se han georreferenciado. Se pueden medir indicadores como el número de visitas a los sitios web donde se muestra la información georreferenciada, la presencia en redes sociales y el número de menciones y comentarios positivos que reciben los recursos turísticos.</li> </ul>	<p><b>Método</b> Bibliográfico Campo Inductivo - deductivo Analítico – sintético.</p> <p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario Likert</p>
			Actividades turísticas	Las actividades turísticas son aquellas actividades que realizan los turistas durante su viaje con el objetivo de conocer y disfrutar de los lugares que visitan. Estas actividades pueden variar en función del tipo de turismo, del destino, de los intereses de los turistas y de la época del año, entre otros factores (Organización Mundial del Turismo, 2023).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Número de visitantes:</b> Este indicador mide el número de personas que visitan un destino turístico en un período determinado. Es uno de los indicadores más utilizados para medir el volumen del turismo y su impacto en la economía.</li> <li>• <b>Permanencia media:</b> Este indicador mide la cantidad de tiempo que los turistas pasan en un destino turístico. Una mayor permanencia media puede indicar una mayor satisfacción del turista y un mayor gasto en la zona.</li> <li>• <b>Gasto turístico:</b> Este indicador mide el gasto que realizan los turistas en un destino turístico. Incluye el gasto en alojamiento, comida, transporte, actividades turísticas y compras. Es uno de los indicadores más importantes para medir el impacto económico del turismo.</li> </ul>	
			Infraestructura turística	La infraestructura turística es el conjunto de elementos físicos, servicios y equipamientos que se desarrollan para atender a los turistas en un determinado destino. Esta infraestructura es fundamental para el desarrollo del turismo en una región, ya que permite ofrecer servicios y experiencias de calidad a los turistas, lo que a su vez puede impulsar el crecimiento económico y el empleo en la zona (Instituto Distrital de Turismo, 2023).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Número de establecimientos turísticos:</b> Este indicador mide el número de hoteles, hostales, restaurantes y otros establecimientos turísticos disponibles en un destino. Cuanto mayor sea el número de establecimientos, mayor será la capacidad del destino para recibir turistas.</li> <li>• <b>Calidad de los establecimientos y servicios turísticos:</b> Este indicador mide la calidad de los establecimientos turísticos en términos de servicios y comodidades. Se puede medir a través de evaluaciones de los clientes.</li> <li>• <b>Número de alojamientos:</b> Este indicador mide el número de alojamientos disponibles para los turistas, como hoteles, moteles, apartamentos turísticos, campings, entre otros.</li> </ul>	

Elaborado por: Leydi Jaramillo

### 3. Matriz de consistencia.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>		<b>Método</b> Bibliográfico Campo Inductivo - deductivo Analítico – sintético.  <b>Técnica</b> Encuesta  <b>Instrumento</b> Cuestionario Likert
¿De qué manera es importante el uso de los SIG para la promoción turística de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar?	Analizar la importancia del uso de los SIG para la promoción turística de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.	Los SIG son importantes para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar	SIG aplicada al turismo. - Los SIG aplicadas al turismo es un área que le permite desarrollar aplicaciones de georreferenciación de recursos turísticos. Estos controlan y usan información geográfica combinándose con otros medios. Esta tecnología ofrece oportunidades importantes para el desarrollo de actividades e infraestructura turísticas que usan mapas. (Jovanovic & Njeguš, 2008)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Georreferenciación de recursos turísticos</li> <li>• Actividades turísticas</li> <li>• Infraestructura turística</li> </ul>	
<b>ESPECÍFICAS</b>	<b>ESPECÍFICAS</b>	<b>ESPECÍFICAS</b>			
<b>PE1.-</b> ¿De qué manera es importante la georreferenciación de recursos turísticos para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar? <b>PE2.-</b> ¿De qué manera es importante el uso de los SIG en las actividades turísticas para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar? <b>PE3.-</b> ¿De qué manera es importante el uso de los SIG en la infraestructura turística para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar?	<b>OE1.-</b> Analizar la importancia de la georreferenciación de recursos turísticos para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. <b>OE2.-</b> Analizar la importancia del uso de los SIG en las actividades turísticas para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. <b>OE3.-</b> Analizar la importancia del uso de los SIG en la infraestructura turística para la promoción de la parroquia de Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.	<b>HE1.-</b> La georreferenciación de recursos turísticos es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. <b>HE2.-</b> Los SIG son importantes en las actividades turísticas para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. <b>HE3.-</b> La infraestructura turística es importante para la promoción turística de la parroquia Facundo Vela, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.			

Elaborado por: Leydi Jaramillo

4. Encuesta dirigida a los turistas que visitan la parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**



**Encuestador:** Leydi Jaramillo

**Formulario N°:** \_\_\_\_\_ **Fecha de la encuesta:** \_\_\_\_\_

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Recabar información relacionada al proyecto de investigación titulado “SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA FACUNDO VELA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR.”

**INSTRUCCIONES**

- Esta encuesta es de carácter anónimo, la información recolectada es confidencial y de uso exclusivo para la investigación.
- Lea detenidamente cada pregunta y manera honesta responda de acuerdo con su criterio.

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Edad (escribala): .....

Género: Femenino ( ) Masculino( ) Otro ( )

Ciudad de procedencia: .....

**II. INFORMACIÓN ESPECIFICA**

Expresé su opinión sobre los siguientes indicadores, considerando las siguientes opciones:  
 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = Desacuerdo 3 = Imparcial 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

INDICADOR	PARÁMETRO				
	1	2	3	4	5
<b>ACCESIBILIDAD</b>					
1	Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad.				

2	El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino.					
3	Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.					
<b>SATISFACCIÓN DEL TURISTA</b>						
4	La información proporcionada es importante dentro de un destino.					
5	Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino.					
6	La actualización de información es necesaria para un destino.					
<b>VISIBILIDAD</b>						
7	La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.					
8	Un destino debe promocionar sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.					
<b>NÚMERO DE VISITANTES</b>						
9	La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.					
10	Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.					
11	Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.					
<b>PERMANENCIA MEDIA</b>						
12	Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.					
13	La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.					
14	El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo.					
<b>GASTO TURÍSTICO</b>						
15	Recibe suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.					
16	Describiría sus gastos dentro de un destino.					

<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</b>					
17	La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas.				
18	La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.				
19	La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.				
<b>CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS</b>					
20	Los establecimientos brindan la información adecuada.				
21	Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad.				
<b>NÚMERO DE ALOJAMIENTO</b>					
22	La disponibilidad de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.				
23	El tipo de alojamiento influye en el destino.				

**¡Gracias por su colaboración!**

5. Encuesta dirigida a actores y prestadores de servicio de la parroquia Facundo Vela, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO



CARRERA DE  
TURISMO

Encuestador: Leydi Jaramillo

Formulario N°.: \_\_\_\_ Fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Recabar información relacionada al proyecto de investigación titulado “SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA FACUNDO VELA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR.”

**INSTRUCCIONES**

- Esta encuesta es de carácter anónimo, la información recolectada es confidencial y de uso exclusivo para la investigación.
- Lea detenidamente cada pregunta y manere honesta responda de acuerdo con su criterio.

**II. INFORMACIÓN GENERAL**

Edad (escribala): .....

Género: Femenino ( ) Masculino( ) Otro ( )

**Indique su nivel de instrucción**

a.	Primaria		b.	Secundaria		c.	Nivel superior		d.	Cuarto nivel	
----	----------	--	----	------------	--	----	----------------	--	----	--------------	--

**Indique la institución a la que pertenece**

**Indique el cargo que ocupa**

**III. INFORMACIÓN ESPECIFICA**

Expresé su opinión sobre los siguientes indicadores, considerando las siguientes opciones:  
1 = Totalmente en desacuerdo 2 = Desacuerdo 3 = Imparcial 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo

INDICADOR		PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
<b>ACCESIBILIDAD</b>						
1	Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos.					
2	El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas.					
3	El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino.					
4	Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.					
<b>SATISFACCIÓN DEL TURISTA</b>						
5	La información proporcionada es importante dentro de un destino.					
6	La actualización de información es necesaria para un destino.					
<b>VISIBILIDAD</b>						
7	La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.					
8	Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.					
<b>NÚMERO DE VISITANTES</b>						
9	La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.					
10	Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.					
11	Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.					
<b>PERMANENCIA MEDIA</b>						
12	Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.					
13	La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.					
<b>GASTO TURÍSTICO</b>						

14	Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.					
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</b>						
15	La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas.					
16	La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.					
17	La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.					
<b>CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS</b>						
18	Los establecimientos brindan la información adecuada.					
<b>NÚMERO DE ALOJAMIENTO</b>						
19	La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.					
20	El tipo de alojamiento influye en el destino.					

**¡Gracias por su colaboración!**

## 6. Resultados de encuestas aplicadas a Turistas que visitan la parroquia.

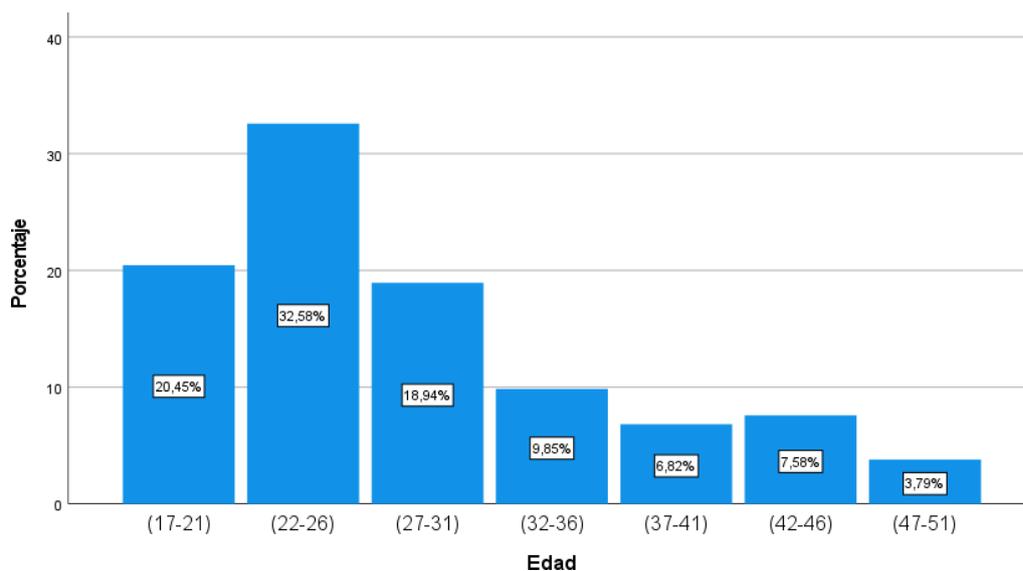
**Tabla 10** Edad

Edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	(17-21)	27	20,45	20,45	20,45
	(22-26)	43	32,58	32,58	53,03
	(27-31)	25	18,94	18,94	71,97
	(32-36)	13	9,85	9,85	81,82
	(37-41)	9	6,82	6,82	88,64
	(42-46)	10	7,58	7,58	96,21
	(47-51)	5	3,79	3,79	100,0
Total	132	100,0	100,0		

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 18** Edad



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 20,45% de los encuestados están en un rango de 17-21 años, el 32,58% están en el rango de 22-26 años, el 18,94% en el rango de 27-31 años, el 9,85% en el rango de 32-36 años, el 6,82% en el rango de 37-41 años, el 7,58% en el rango de 42-46 años y el 3,79% se encuentran dentro del rango de 47-51 años. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 32,58% que pertenece al rango de 22-26 años.

**Tabla 11** Género

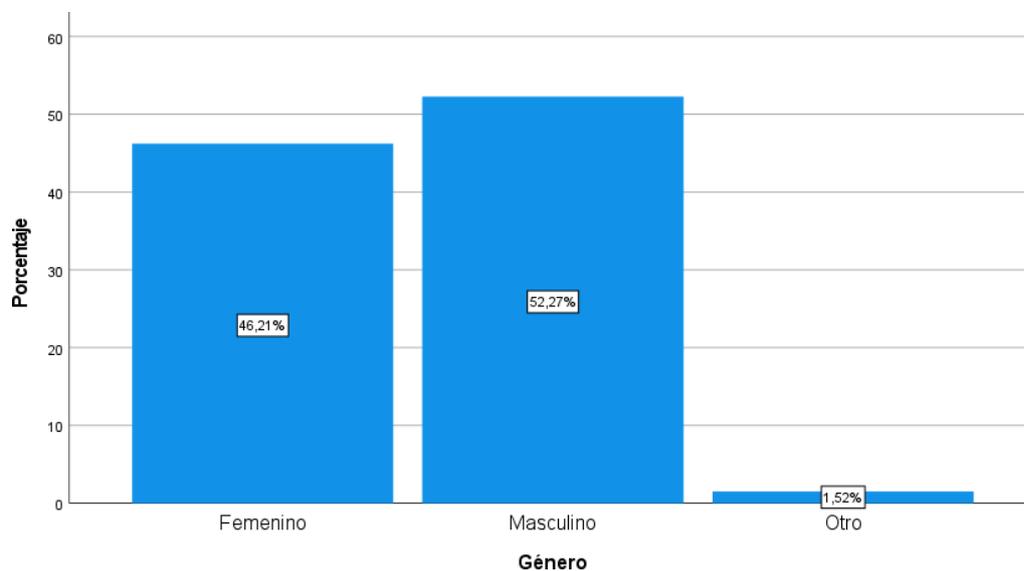
**Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	61	46,21	46,21	46,21
	Masculino	69	52,27	52,27	98,48
	Otro	2	1,52	1,52	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 19** Género



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

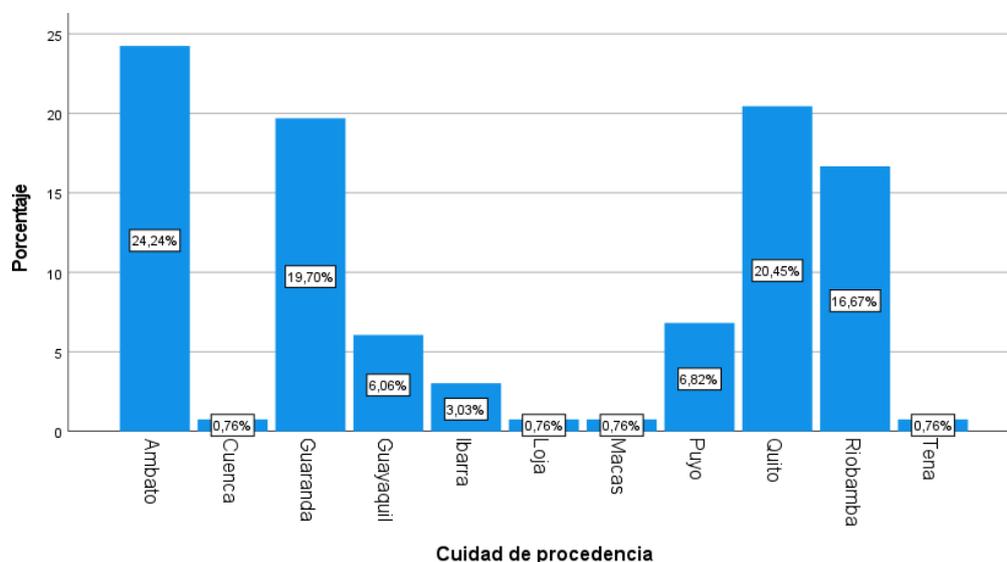
De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 46,21% pertenece al género femenino, el 52,27% pertenece al género masculino y el 1,52% pertenece a otro. Los resultados muestran que el mayor porcentaje pertenece al género masculino.

**Tabla 12** Ciudad de procedencia**Ciudad de procedencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ambato	32	24,24	24,24	24,24
	Cuenca	1	,76	,76	25,00
	Guaranda	26	19,70	19,70	44,70
	Guayaquil	8	6,06	6,06	50,76
	Ibarra	4	3,03	3,03	53,79
	Loja	1	,76	,76	54,55
	Macas	1	,76	,76	55,31
	Puyo	9	6,82	6,82	62,13
	Quito	27	20,45	20,45	82,58
	Riobamba	22	16,67	16,67	99,25
	Tena	1	,76	,76	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 20** Ciudad de procedencia

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 24,24% provienen de la ciudad de Ambato, el 0,76% proviene de la ciudad de Cuenca, el 19,70% proviene de la ciudad de Guaranda, el 6,06% proviene de la ciudad de Guayaquil, el 3,03% proviene de la ciudad de Ibarra, el 0,76% proviene de la ciudad de Loja, 0,76% proviene de la ciudad de Macas, 6,82% proviene de la ciudad de Puyo, 20,45% proviene de la ciudad de Quito, el 16,67% proviene de la ciudad de Riobamba y el 0,76% proviene de la ciudad de Tena. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 24,24% que corresponde a la ciudad de Ambato.

**Tabla 13** Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad

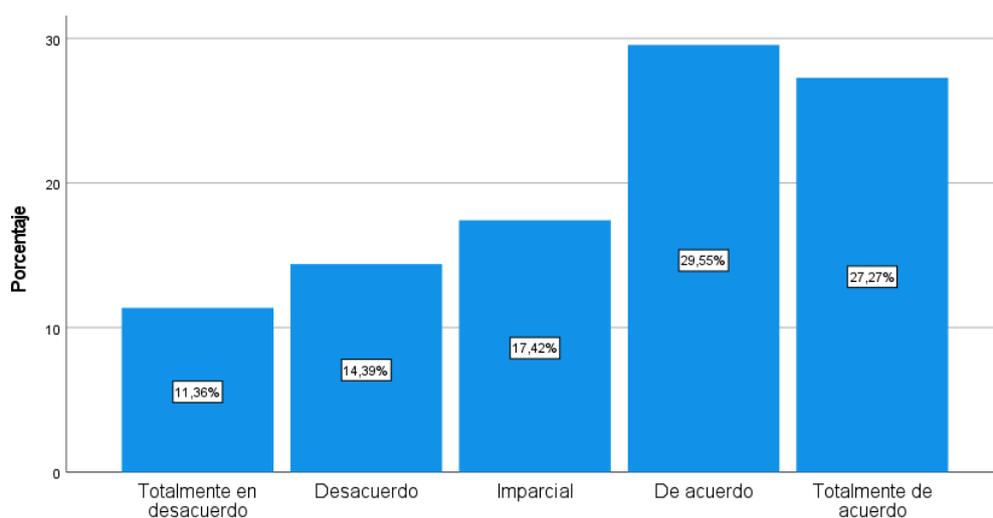
**Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	11,36	11,36	11,36
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	25,75
	Imparcial	23	17,42	17,42	43,17
	De acuerdo	39	29,55	29,55	72,72
	Totalmente de acuerdo	36	27,27	27,27	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 21** Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad



**Al viajar puede acceder al lugar de destino con facilidad.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 11,36% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 14,39% en desacuerdo, el 17,42% imparcial, el 29,55% en de acuerdo y el 27,27% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 29,55% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 14** El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino

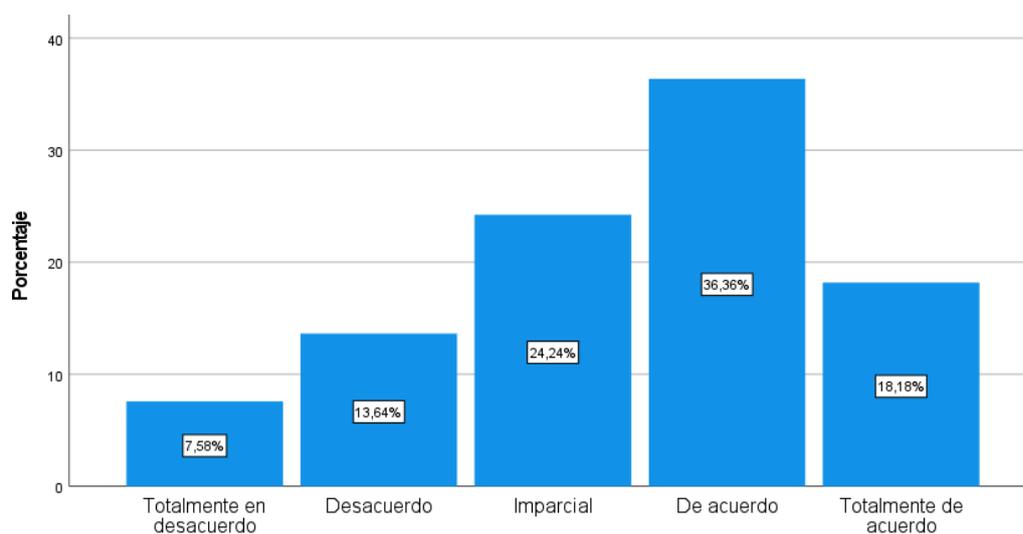
**El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	7,58	7,58	7,58
	Desacuerdo	18	13,64	13,64	21,22
	Imparcial	32	24,24	24,24	45,46
	De acuerdo	48	36,36	36,36	81,82
	Totalmente de acuerdo	24	18,18	18,18	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 22** El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino



**El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir a un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 7,58% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 13,64% en desacuerdo, el 24,24% imparcial, el 36,36% en de acuerdo y el 18,18% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 36,36% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 15** Las condiciones de transporte dentro de un destino

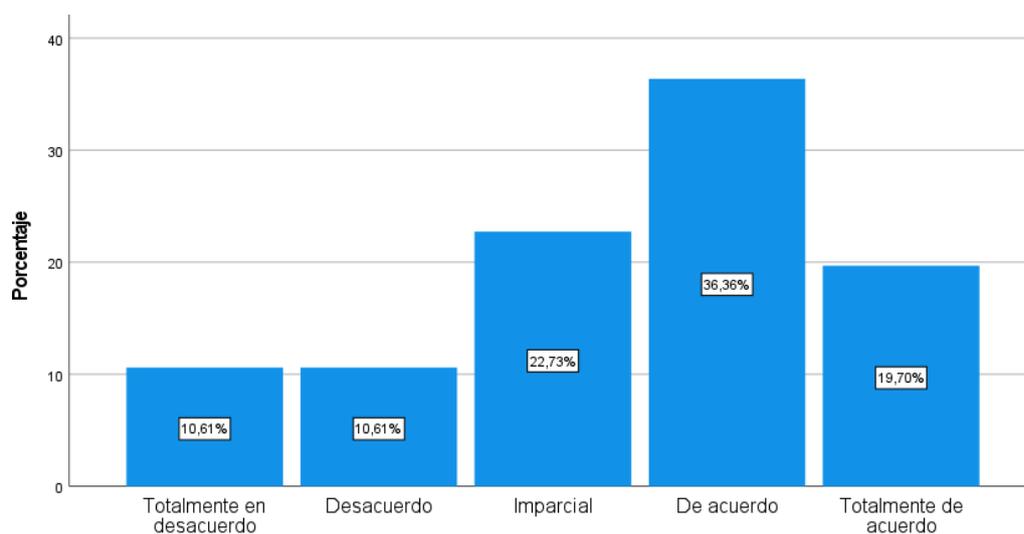
**Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	10,61	10,61	10,61
	Desacuerdo	14	10,61	10,61	21,22
	Imparcial	30	22,73	22,73	43,95
	De acuerdo	48	36,36	36,36	80,31
	Totalmente de acuerdo	26	19,70	19,70	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 23** Las condiciones de transporte dentro de un destino



**Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 10,61% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 10,61% en desacuerdo, el 22,73% imparcial, el 36,36% en de acuerdo y el 19,70% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 36,36% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 16** La información proporcionada es importante dentro de un destino

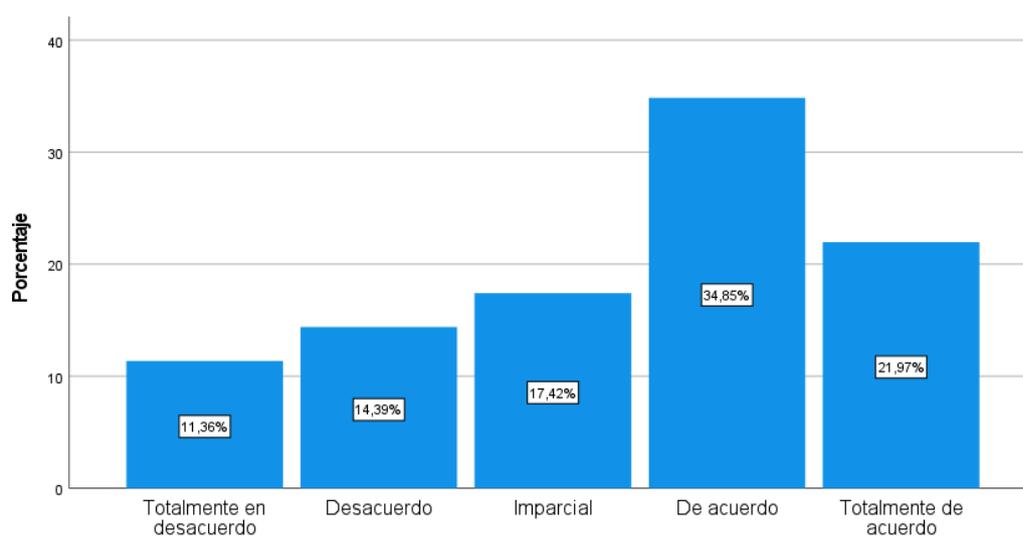
**La información proporcionada es importante dentro de un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	11,36	11,36	11,36
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	25,75
	Imparcial	23	17,42	17,42	43,17
	De acuerdo	46	34,85	34,85	78,02
	Totalmente de acuerdo	29	21,97	21,97	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 24** La información proporcionada es importante dentro de un destino



**La información proporcionada es importante dentro de un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 11,36% en encuentra totalmente en desacuerdo, el 14,39% en desacuerdo, el 17,42% imparcial, el 34,85% en de acuerdo y el 21,97% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 34,85% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 17** Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino

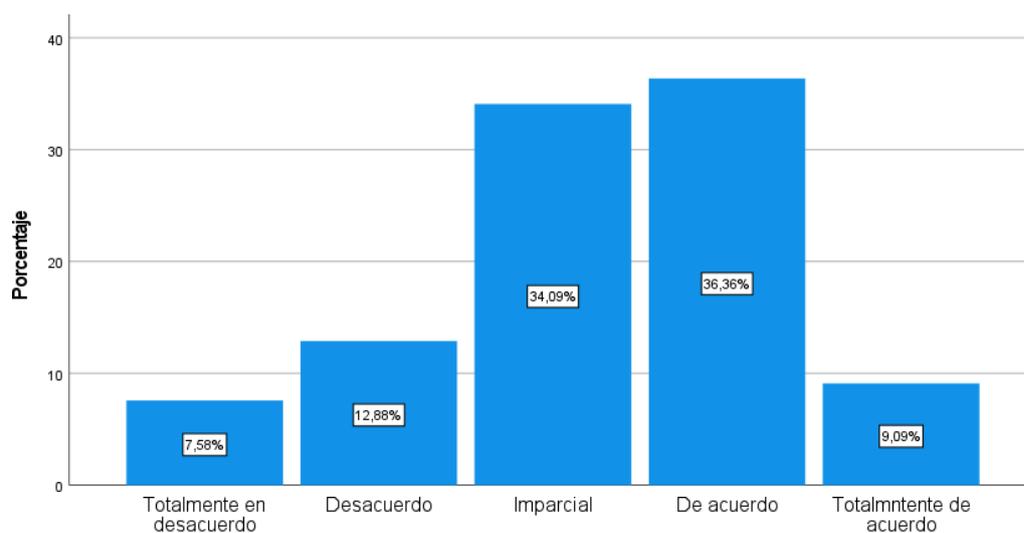
**Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	7,58	7,58	7,58
	Desacuerdo	17	12,88	12,88	20,46
	Imparcial	45	34,09	34,09	54,55
	De acuerdo	48	36,36	36,36	90,91
	Totalmente de acuerdo	12	9,09	9,09	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 25** Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino



**Se encuentra satisfecho con los servicios y productos turísticos que recibe dentro de un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 7,58% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,88% en desacuerdo, el 34,09% imparcial, el 36,36% en de acuerdo y el 9,09% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 36,36% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 18** La actualización de información es necesaria para un destino

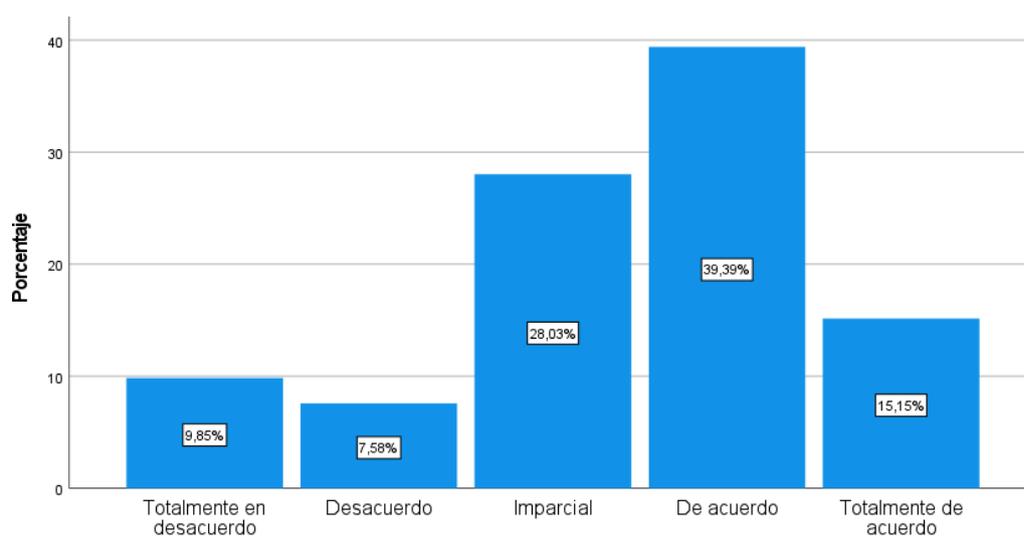
**La actualización de información es necesaria para un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	9,85	9,85	9,85
	Desacuerdo	10	7,58	7,58	17,43
	Imparcial	37	28,03	28,03	45,46
	De acuerdo	52	39,39	39,39	84,85
	Totalmente de acuerdo	20	15,15	15,15	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 26** La actualización de información es necesaria para un destino



**La actualización de información es necesaria para un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 7,58% en desacuerdo, el 28,03% imparcial, el 39,39% en de acuerdo y el 15,15% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 39,39% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 19** La ubicación de un destino dentro del mapa es importante

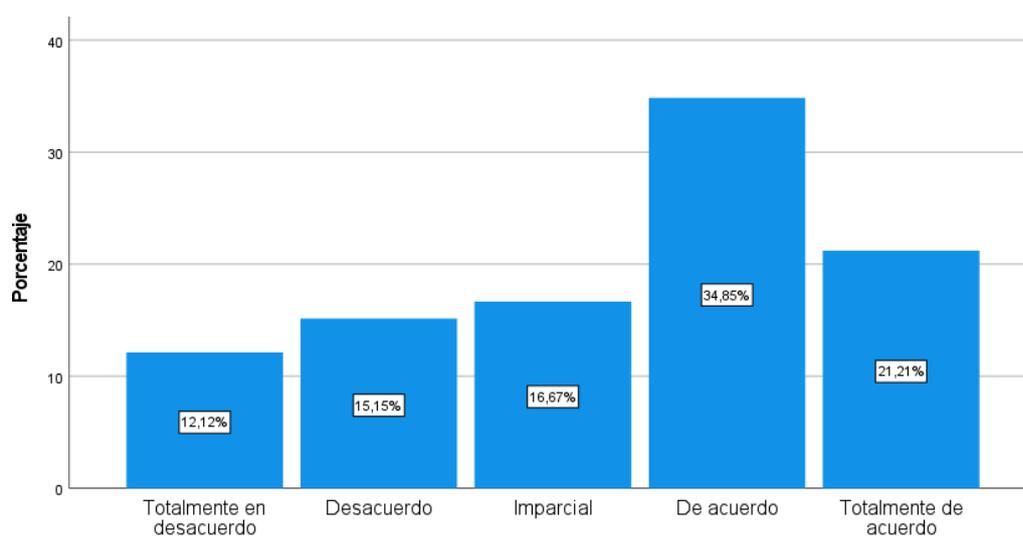
**La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	12,12	12,12	12,12
	Desacuerdo	20	15,15	15,15	27,27
	Imparcial	22	16,67	16,67	43,94
	De acuerdo	46	34,85	34,85	78,79
	Totalmente de acuerdo	28	21,21	21,21	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 27** La ubicación de un destino dentro del mapa es importante



**La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,12 se encuentra totalmente en desacuerdo, el 15,15% en desacuerdo, el 16,67% imparcial, el 34,85% en de acuerdo y el 21,21% en totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 34,85% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 20** Un destino debe promocionar sus atractivos, eventos y servicios para llegar a un público más amplio

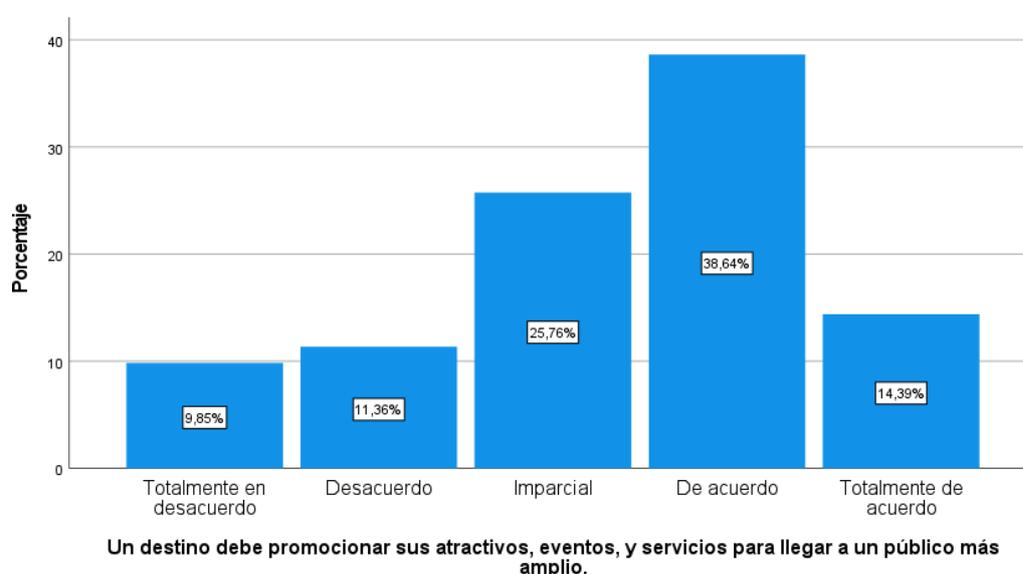
**Un destino debe promocionar sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	9,85	9,85	9,85
	Desacuerdo	15	11,36	11,36	21,21
	Imparcial	34	25,76	25,76	46,97
	De acuerdo	51	38,64	38,64	85,61
	Totalmente de acuerdo	19	14,39	14,39	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 28** Un destino debe promocionar sus atractivos, eventos y servicios para llegar a un público más amplio



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 11,36% en desacuerdo, el 25,76% imparcial, el 38,64% de acuerdo y el 14,39% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 38,64% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 21** La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo

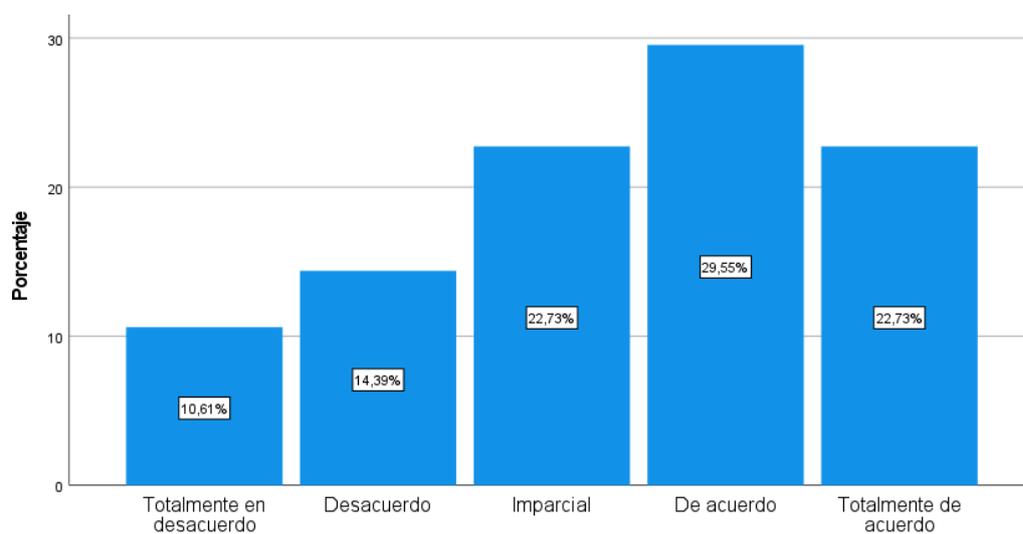
**La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	10,61	10,61	10,61
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	25,00
	Imparcial	30	22,73	22,73	47,73
	De acuerdo	39	29,55	29,55	77,28
	Totalmente de acuerdo	30	22,73	22,73	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 29** La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo



**La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 10,61% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 14,39% en desacuerdo, el 22,73% imparcial, el 29,55% de acuerdo y el 22,73% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 29,55% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 22** Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas

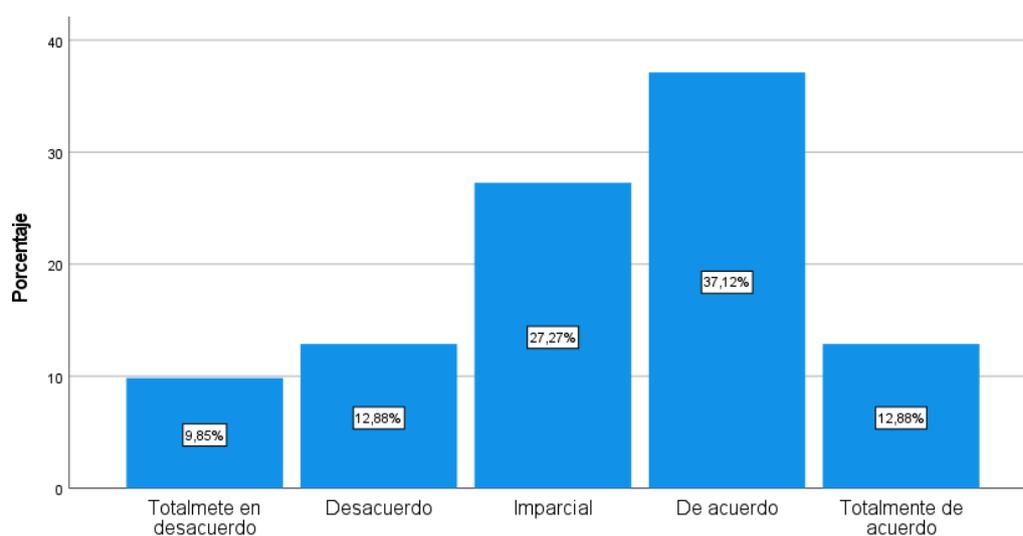
**Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	9,85	9,85	9,85
	Desacuerdo	17	12,88	12,88	22,73
	Imparcial	36	27,27	27,27	50,00
	De acuerdo	49	37,12	37,12	87,12
	Totalmente de acuerdo	17	12,88	12,88	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 30** Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas



**Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,88% en desacuerdo, el 27,27% imparcial, el 37,12% de acuerdo y el 12,88% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,12% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 23** Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino

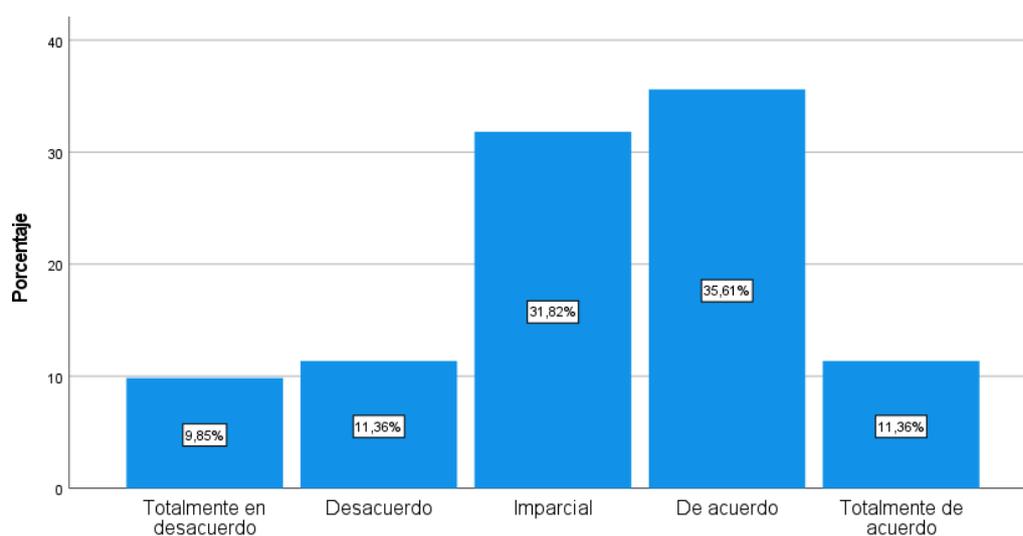
**Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	9,85	9,85	9,85
	Desacuerdo	15	11,36	11,36	21,21
	Imparcial	42	31,82	31,82	53,03
	De acuerdo	47	35,61	35,61	88,64
	Totalmente de acuerdo	15	11,36	11,36	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 31** Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino



**Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 11,36% en desacuerdo, el 31,82% imparcial, el 35,61% de acuerdo y el 11,36% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 35,61% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 24** Existen elementos dentro de un destino que se pueden mejorar para que los turistas extiendan su estadía

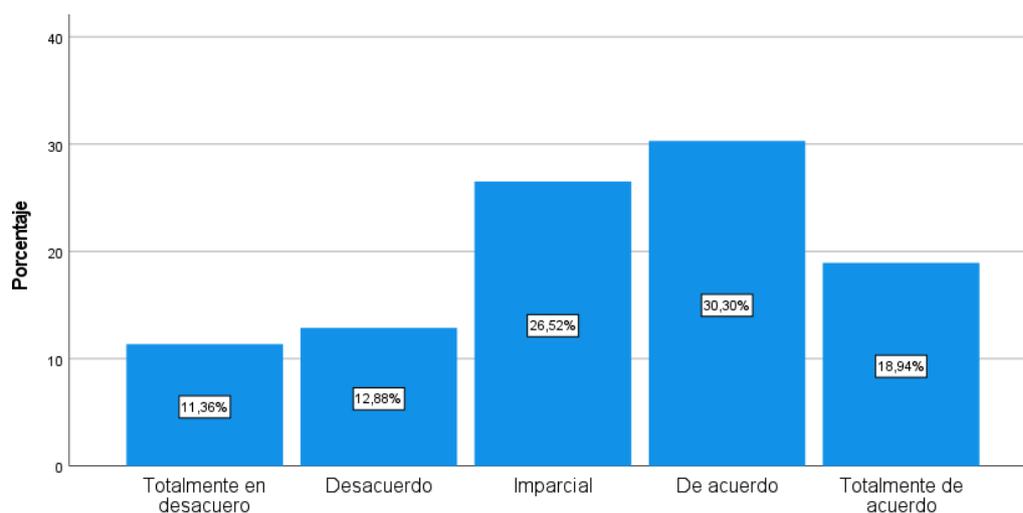
**Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	11,36	11,36	11,36
	Desacuerdo	17	12,88	12,88	24,24
	Imparcial	35	26,52	26,52	50,76
	De acuerdo	40	30,30	30,30	81,06
	Totalmente de acuerdo	25	18,94	18,94	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 32** Existen elementos dentro de un destino que se pueden mejorar para que los turistas extiendan su estadía



**Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 11.36% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,88% en desacuerdo, el 26,52% imparcial, el 30,30% de acuerdo y el 18,94% totalmente de acuerdo. Los resultados obtenidos muestran que el mayor porcentaje es de 30,30% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 25** La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas

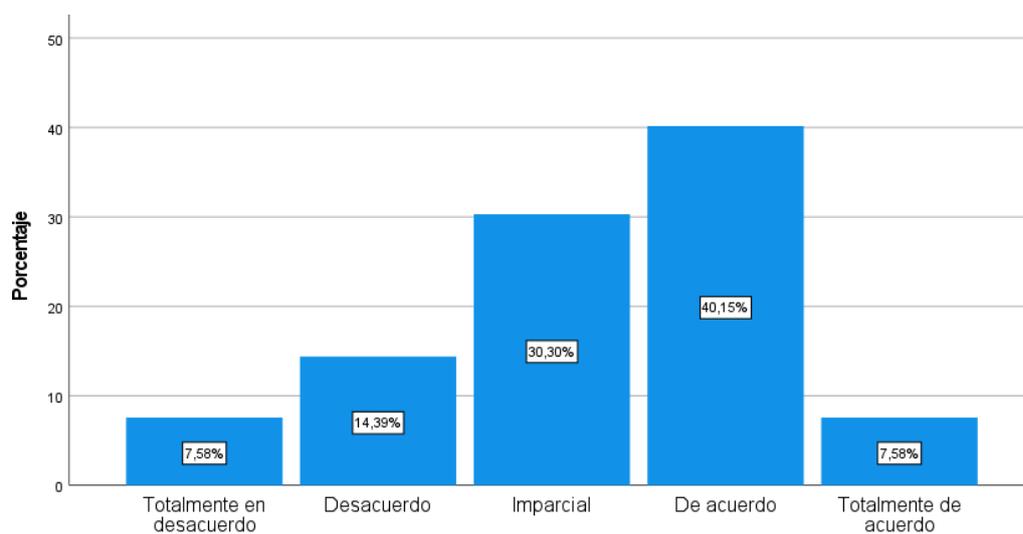
**La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	7,58	7,58	7,58
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	21,97
	Imparcial	40	30,30	30,30	52,27
	De acuerdo	53	40,15	40,15	92,42
	Totalmente de acuerdo	10	7,58	7,58	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 33** La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas



**La duración de estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 7,58% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 14,39% en desacuerdo, el 30,30% imparcial, el 40,15% de acuerdo y el 7,58% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 40,15% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 26** El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo

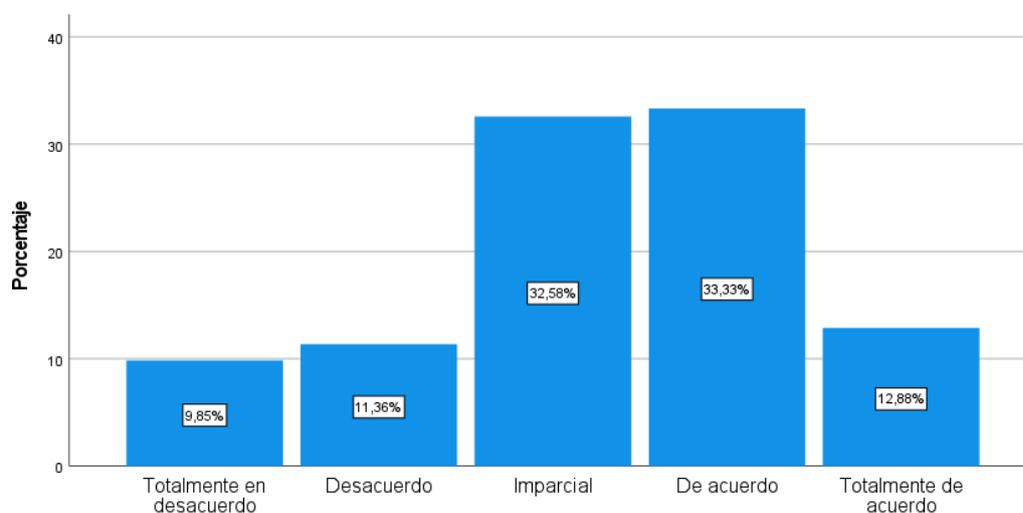
**El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	9	9,85	9,85	9,85
Desacuerdo	15	11,36	11,36	21,21
Imparcial	43	32,58	32,58	53,79
De acuerdo	44	33,33	33,33	87,12
Totalmente de acuerdo	17	12,88	12,88	100,0
Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 34** El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo



**El tiempo de permanencia dentro de un destino es suficiente para disfrutar o experimentar el mismo.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 11,36% en desacuerdo, el 32,58% imparcial, el 33,33% de acuerdo y el 12,88% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 33,33% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 27** Recibe suficiente información acerca de los costos de realizar sus viajes

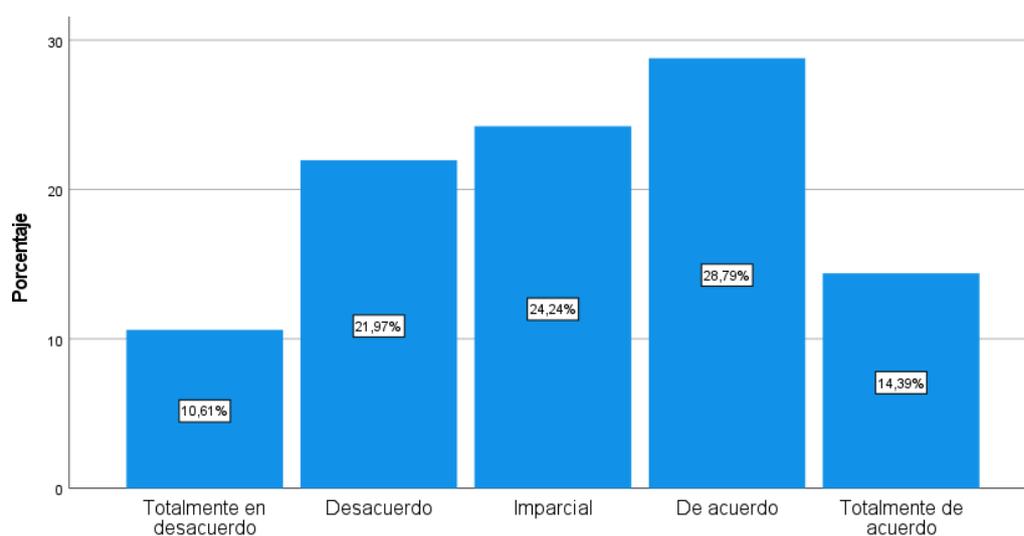
**Recibe suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	10,61	10,61	10,61
	Desacuerdo	29	21,97	21,97	32,58
	Imparcial	32	24,24	24,24	56,82
	De acuerdo	38	28,79	28,79	85,61
	Totalmente de acuerdo	19	14,39	14,39	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 35** Recibe suficiente información acerca de los costos de realizar sus viajes



**Recibe suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 10,61% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 21,97% en desacuerdo, el 24,24% imparcial, el 28,79% de acuerdo y el 14,39% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 28,79% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 28** Describiría sus gastos dentro de un destino

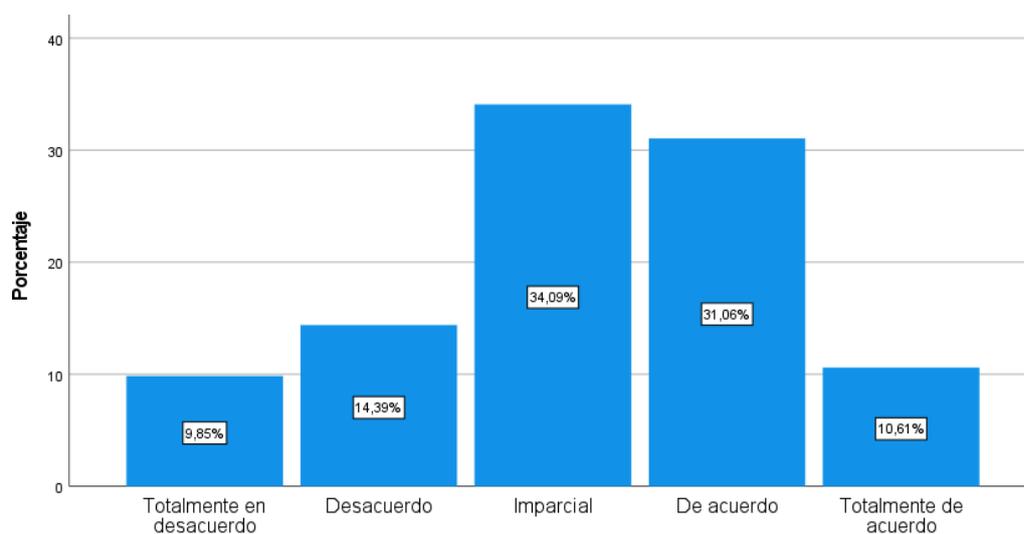
**Describiría sus gastos dentro de un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	9,85	9,85	9,85
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	24,24
	Imparcial	45	34,09	34,09	58,33
	De acuerdo	41	31,06	31,06	89,39
	Totalmente de acuerdo	14	10,61	10,61	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 36** Describiría sus gastos dentro de un destino



**Describiría sus gastos dentro de un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 14,39% en desacuerdo, el 34,09% imparcial, el 31,06% de acuerdo y el 10,61% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 34,09% el cual corresponde a imparcial.

**Tabla 29** La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas

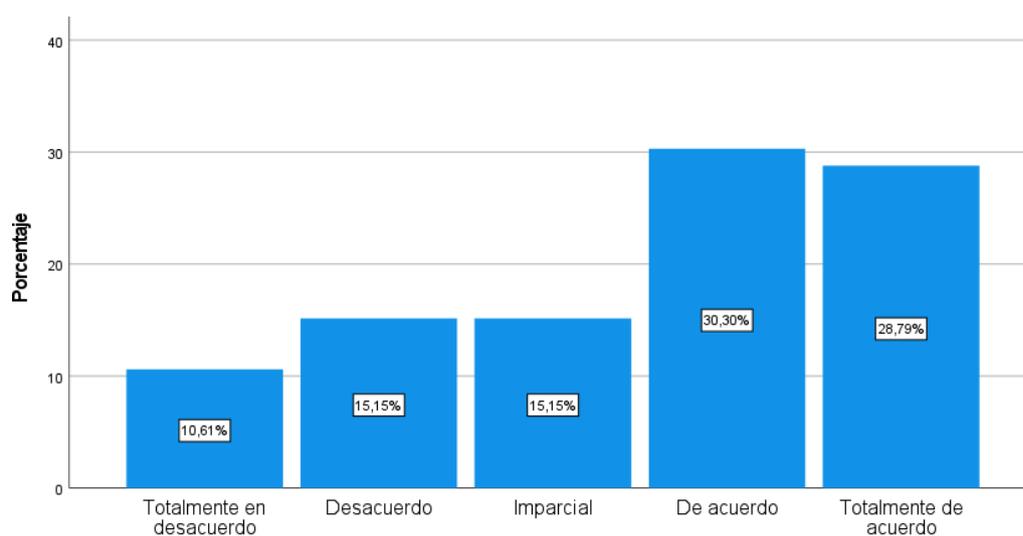
**La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	10,61	10,61	10,61
	Desacuerdo	20	15,15	15,15	25,76
	Imparcial	20	15,15	15,15	40,91
	De acuerdo	40	30,30	30,30	71,21
	Totalmente de acuerdo	38	28,79	28,79	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 37** La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas



**La ausencia de establecimientos afecta a la visita de turistas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 10,61% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 15,15% en desacuerdo, el 15,15% imparcial, el 30,30% de acuerdo y el 28,79% totalmente de acuerdo. Los resultados obtenidos muestran que el mayor porcentaje es de 30,30% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 30** La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas

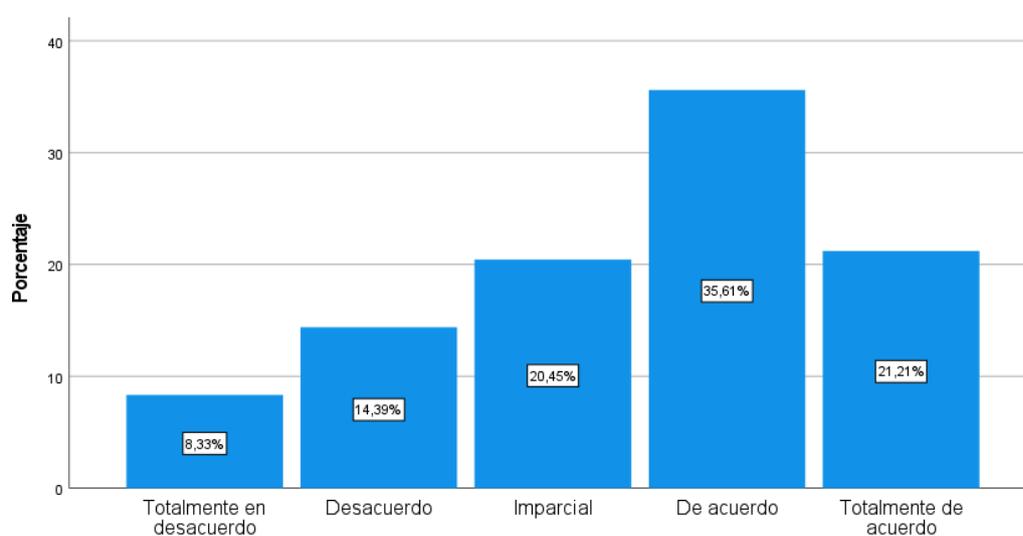
**La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	8,33	8,33	8,33
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	22,72
	Imparcial	27	20,45	20,45	43,17
	De acuerdo	47	35,61	35,61	78,78
	Totalmente de acuerdo	28	21,21	21,21	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 38** La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas



**La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 8,33% se encuentran totalmente en desacuerdo, 14,39% en desacuerdo, 20,45% imparcial, el 35,61% de acuerdo y el 21,21% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 35,61% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 31** La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino

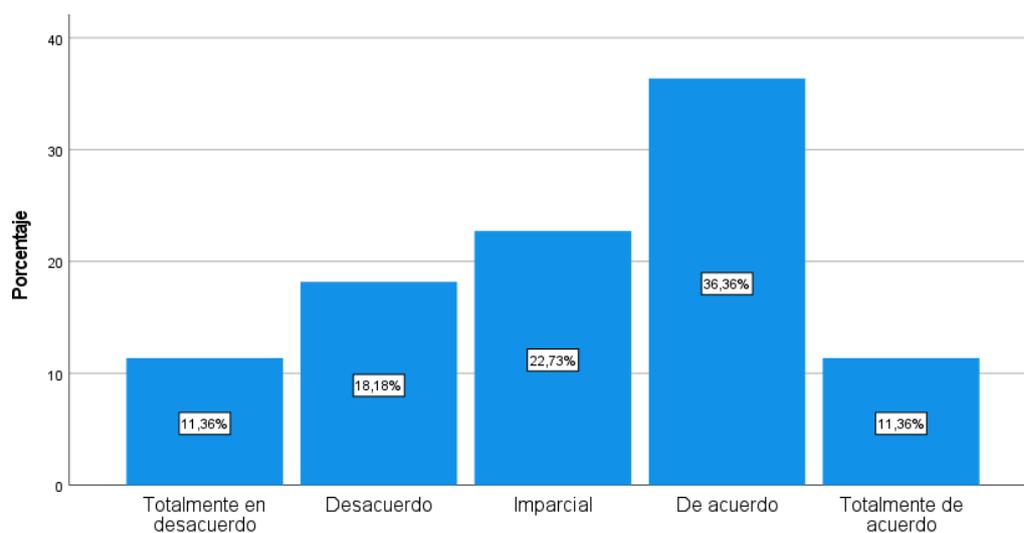
**La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	11,36	11,36	11,36
	Desacuerdo	24	18,18	18,18	29,54
	Imparcial	30	22,73	22,73	52,27
	De acuerdo	48	36,36	36,36	88,63
	Totalmente de acuerdo	15	11,36	11,36	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 39** La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino



**La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 11,36% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 18,18% en desacuerdo, el 22,73% imparcial, el 36,36% de acuerdo y el 11,36% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 36,36% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 32** Los establecimientos brindan la información adecuada

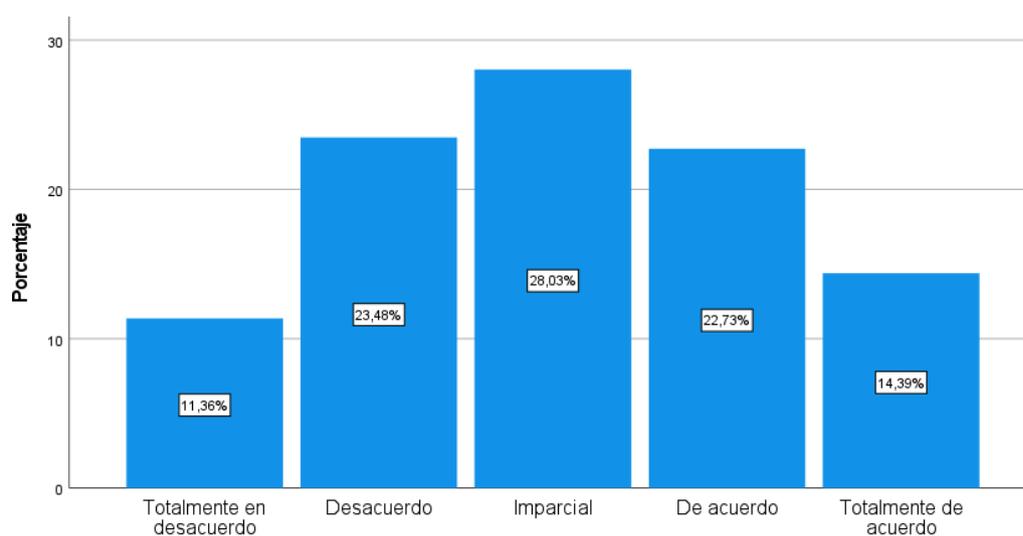
**Los establecimientos brindan la información adecuada.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	11,36	11,36	11,36
	Desacuerdo	31	23,48	23,48	34,84
	Imparcial	37	28,03	28,03	62,87
	De acuerdo	30	22,73	22,73	85,60
	Totalmente de acuerdo	19	14,39	14,39	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 40** Los establecimientos brindan la información adecuada



**Los establecimientos brindan la información adecuada.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 11,36% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 23,48% en desacuerdo, el 28,03% imparcial, el 22,73% de acuerdo y el 14,39% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 28,03% el cual corresponde a imparcial.

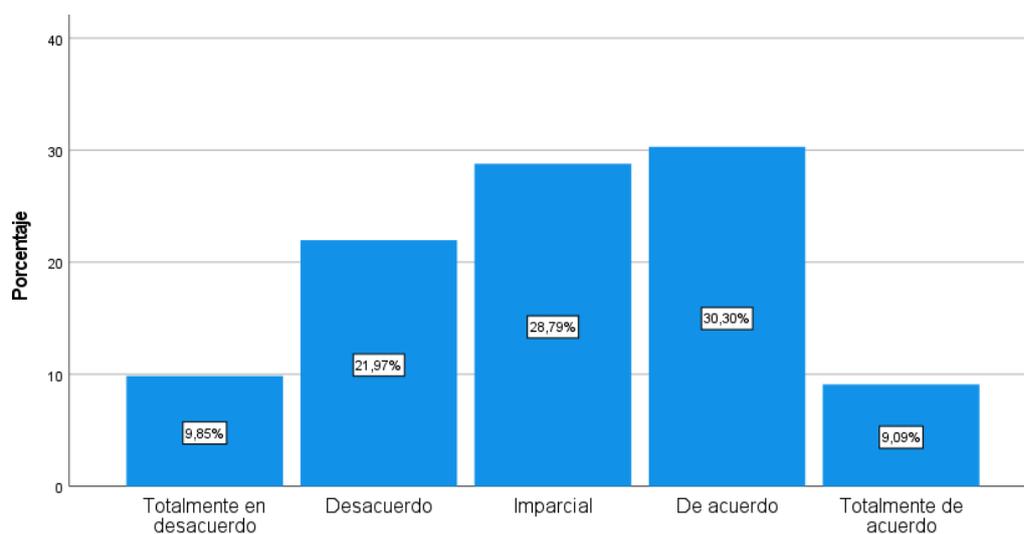
**Tabla 33** Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad  
**Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	9,85	9,85	9,85
	Desacuerdo	29	21,97	21,97	31,82
	Imparcial	38	28,79	28,79	60,61
	De acuerdo	40	30,30	30,30	90,91
	Totalmente de acuerdo	12	9,09	9,09	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 41** Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad



**Los servicios que recibe dentro de un destino cumplen con las normas de calidad.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 9,85% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 21,97% en desacuerdo, el 28,79% imparcial, el 30,30% de acuerdo, y el 9,09% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 30,30% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 34** La disponibilidad de alojamiento dificulta al desarrollo del destino

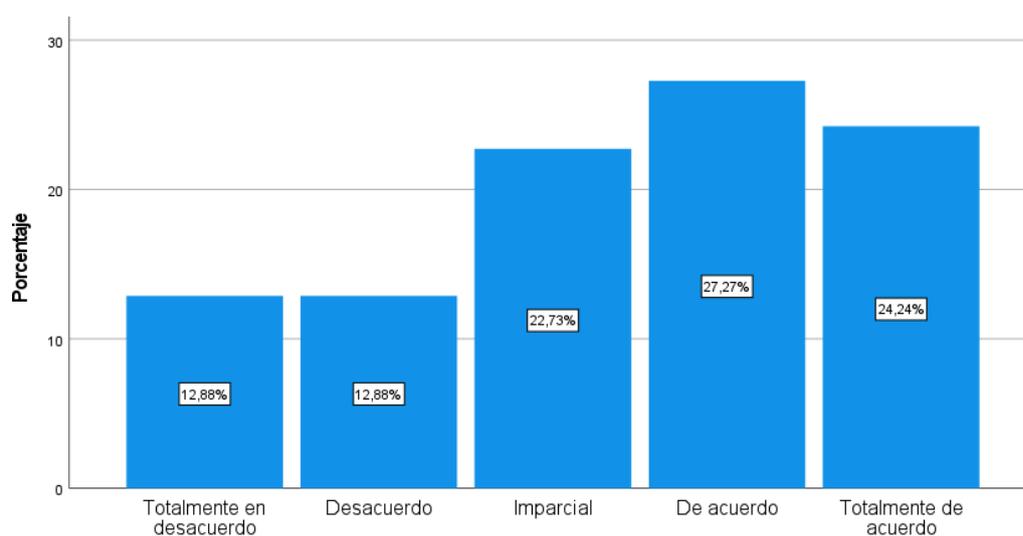
**La disponibilidad de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	17	12,88	12,88	12,88
Desacuerdo	17	12,88	12,88	25,76
Imparcial	30	22,73	22,73	48,49
De acuerdo	36	27,27	27,27	75,76
Totalmente de acuerdo	32	24,24	24,24	100,0
Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 42** La disponibilidad de alojamiento dificulta al desarrollo del destino



**La disponibilidad de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,88% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,88% en desacuerdo, el 22,73% imparcial, el 27,27% de acuerdo y el 24,24% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 27,27% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 35** El tipo de alojamiento influye en el destino

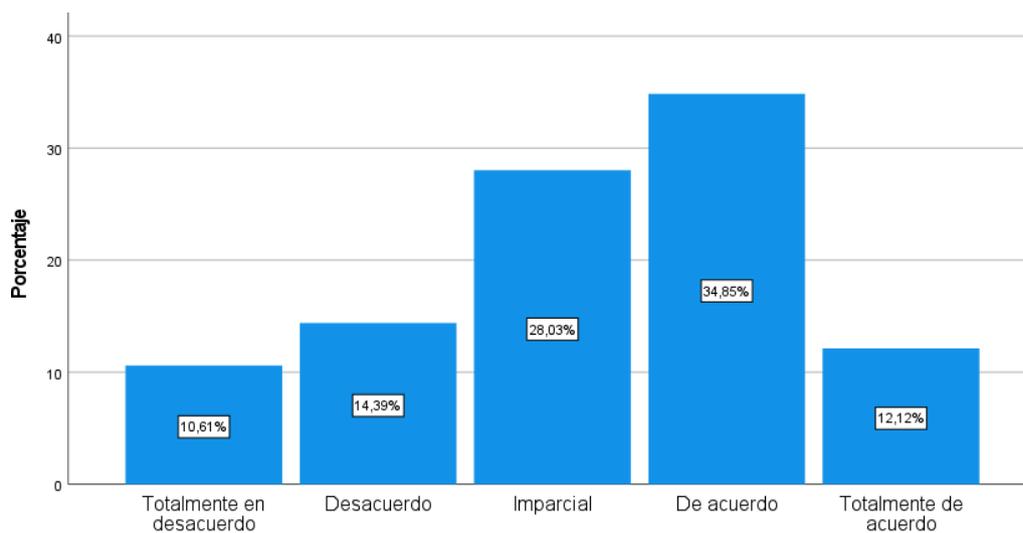
**El tipo de alojamiento influye en el destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	10,61	10,61	10,61
	Desacuerdo	19	14,39	14,39	25,00
	Imparcial	37	28,03	28,03	53,03
	De acuerdo	46	34,85	34,85	87,88
	Totalmente de acuerdo	16	12,12	12,12	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 43** El tipo de alojamiento influye en el destino



**El tipo de alojamiento influye en el destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 10,61% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 14,39% en desacuerdo, el 28,03% imparcial, el 34,85% de acuerdo y el 12,12% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 34,85% el cual corresponde a de acuerdo.

## 7. Resultados de encuestas aplicadas a Actores y prestadores de servicio.

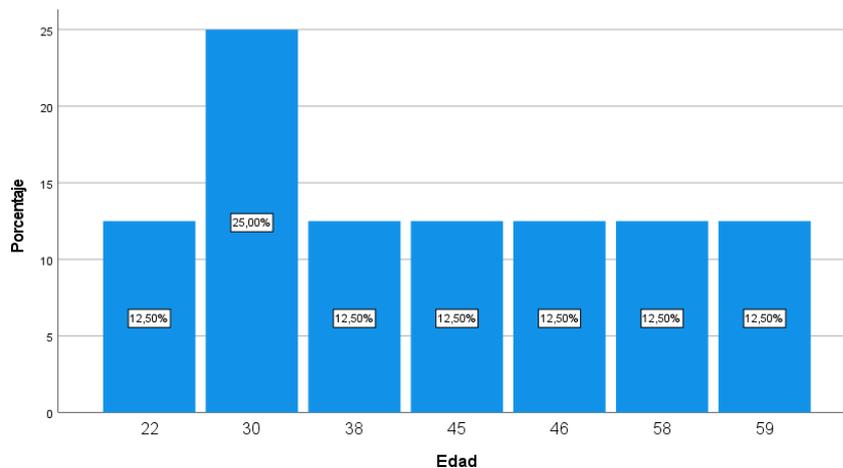
**Tabla 36** Edad  
**Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	22	1	12,50	12,50	12,50
	30	2	25,00	25,00	37,50
	38	1	12,50	12,50	50,00
	45	1	12,50	12,50	62,50
	46	1	12,50	12,50	75,00
	58	1	12,50	12,50	87,50
	59	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 44** Edad



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% de los encuestados tiene 22 años, el 25,00% tiene 30 años, el 12,50% tiene 38 años, el 12,50% tiene 45 años, el 12,50% tiene 46 años, el 12,50% tiene 58 años y el 12,50% tiene 59 años. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 25,00% el cual corresponde a 30 años.

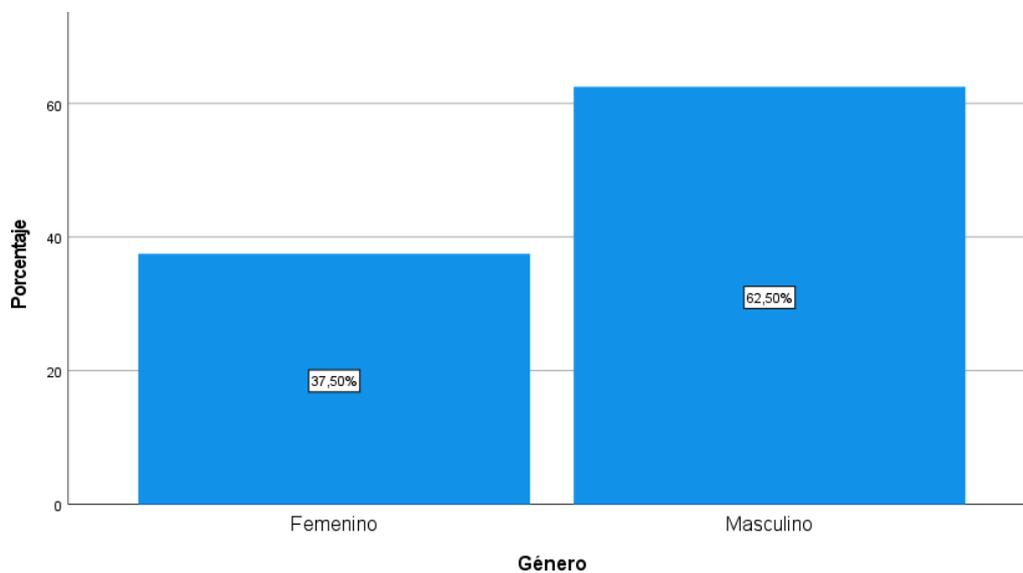
**Tabla 37** Género

Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	3	37,50	37,50	37,50
	Masculino	5	62,50	62,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 45** Género



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 37,50% corresponde al género femenino y el 62,50% corresponden al género masculino. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 62,50% el cual corresponde al género masculino.

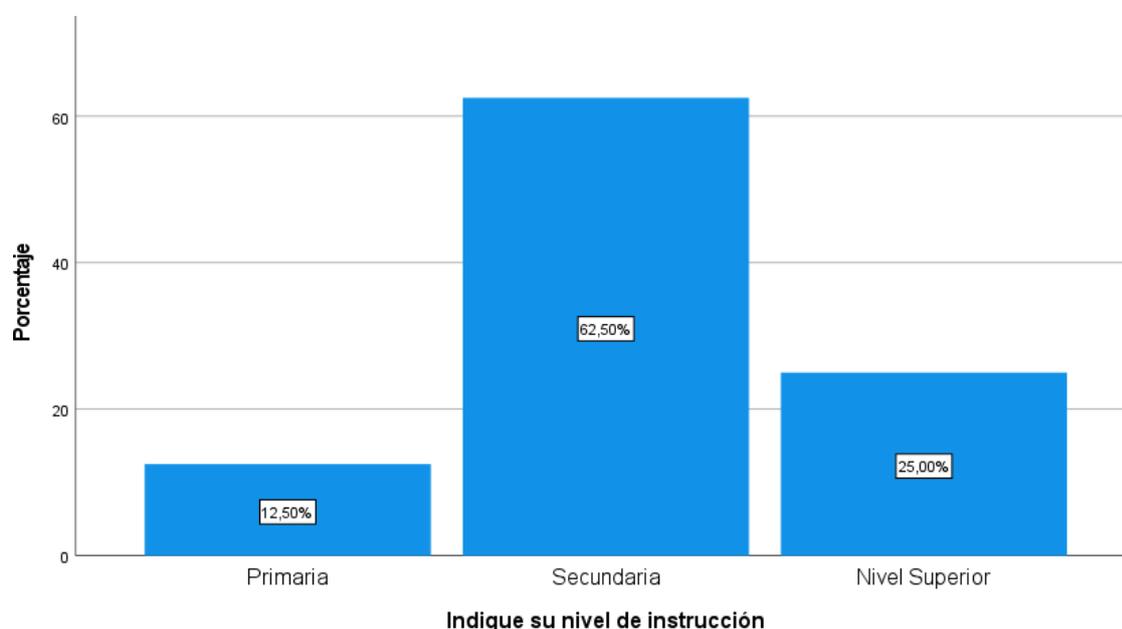
**Tabla 38** Indique su nivel de instrucción

<b>Indique su nivel de instrucción</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	1	12,50	12,50	12,50
	Secundaria	5	62,50	62,50	75,00
	Nivel Superior	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 46** Indique su nivel de instrucción



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% cuenta con una instrucción primaria, el 62,50% a una instrucción secundaria y el 25,00% a una instrucción de nivel superior. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 62,50% el cual corresponde a nivel de instrucción secundaria.

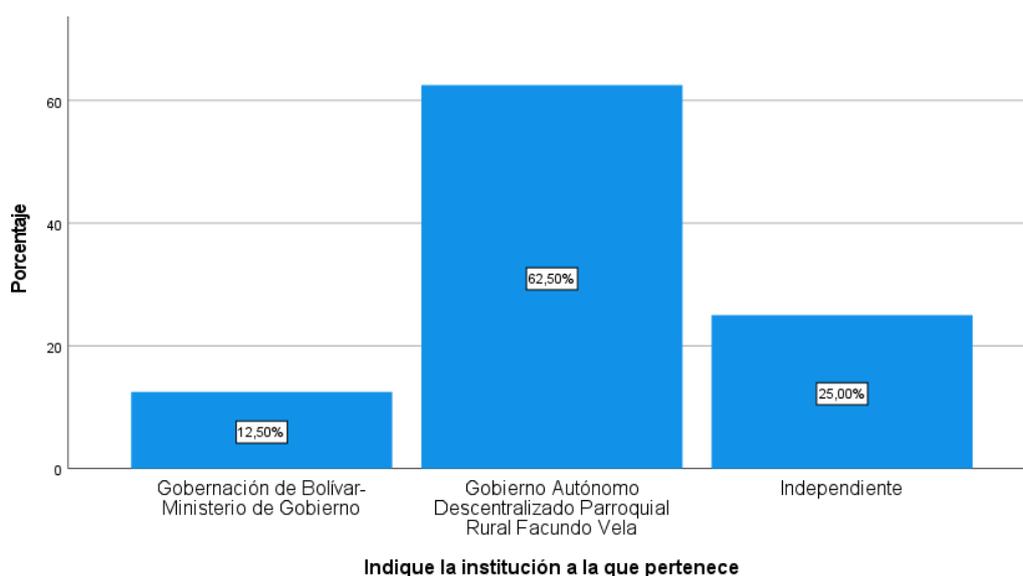
**Tabla 39** Indique la institución a la que pertenece

Indique la institución a la que pertenece					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gobernación de Bolívar-1 Misterio de Gobierno	1	12,50	12,50	12,50
	Gobierno Autónomo5 Descentralizado Parroquial Rural Facundo Vela	5	62,50	62,50	75,00
	Independiente	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 47** Indique la institución a la que pertenece



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% pertenecen a la Gobernación de Bolívar-Ministerio de Gobierno, el 62,50% al Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural Facundo Vela y el 25,00% son independientes. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 62,50% el cual corresponde al Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural Facundo Vela.

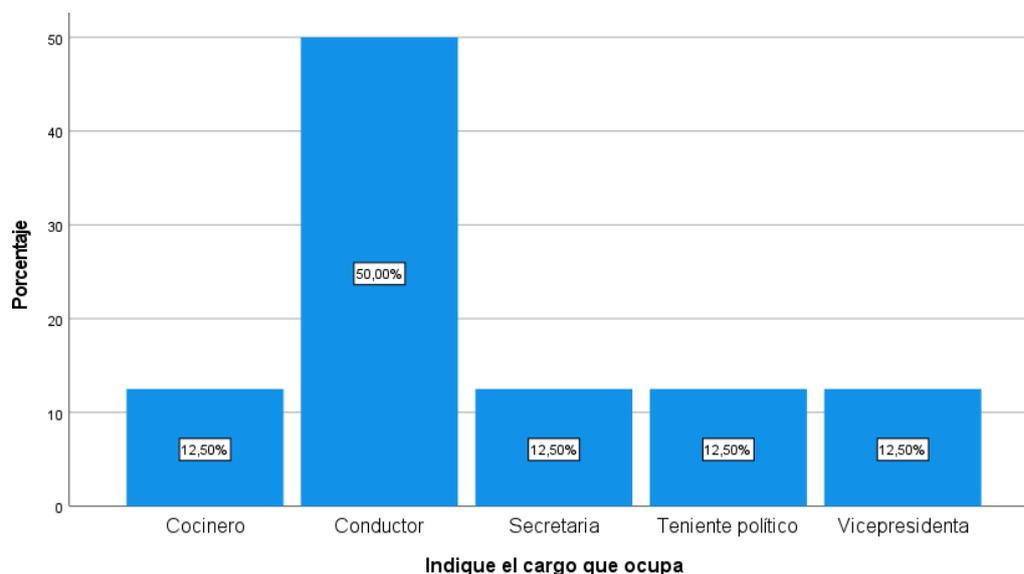
**Tabla 40** Indique el cargo que ocupa

		<b>Indique el cargo que ocupa</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cocinero	1	12,50	12,50	12,50
	Conductor	4	50,00	50,00	62,50
	Secretaria	1	12,50	12,50	75,00
	Teniente político	1	12,50	12,50	87,50
	Vicepresidenta	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 48** Indique el cargo que ocupa



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% tiene el cargo de cocinero, el 50,00% son conductores, el 12,50% secretaria, el 12,50% es teniente político y el 12,50% vicepresidenta. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 50,00% el cual corresponde a conductores.

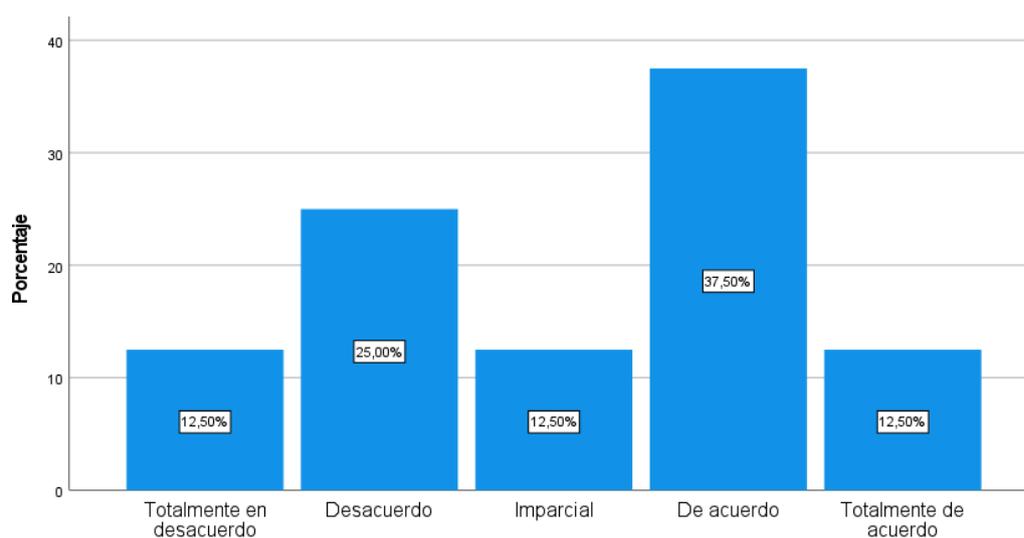
**Tabla 41** Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos

<b>Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	Imparcial	1	12,50	12,50	50,00
	De acuerdo	3	37,50	37,50	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 49** Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos



**Está familiarizado con el concepto de georreferenciación de destinos turísticos.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentran totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 12,50% imparcial, el 37,50% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 42** El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas

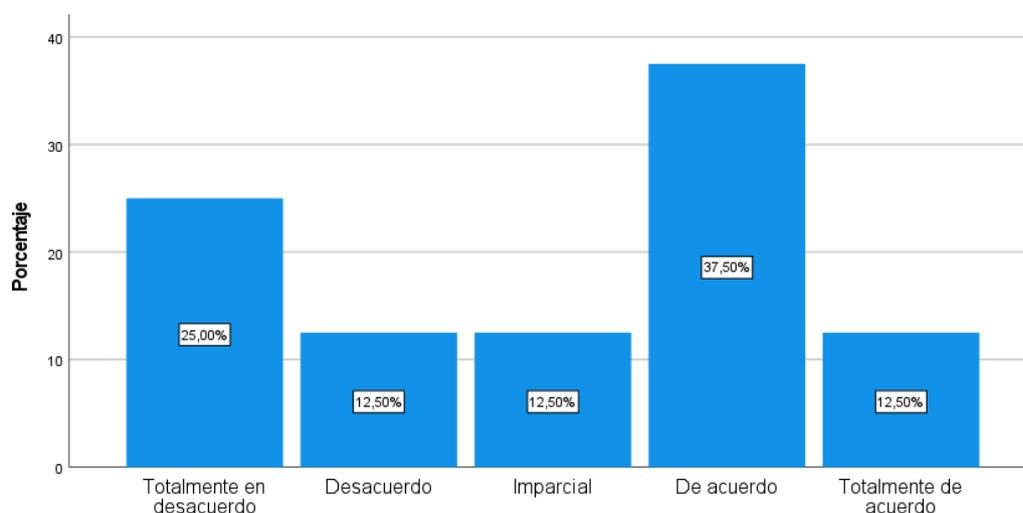
**El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
Imparcial	1	12,50	12,50	50,00
De acuerdo	3	37,50	37,50	87,50
Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 50** El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas



**El georreferenciar los destinos y servicios turísticos permitiría el desarrollo de actividades turísticas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25.00% se encuentran totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 12,50% imparcial, el 37.50% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

**Tabla 43** El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino

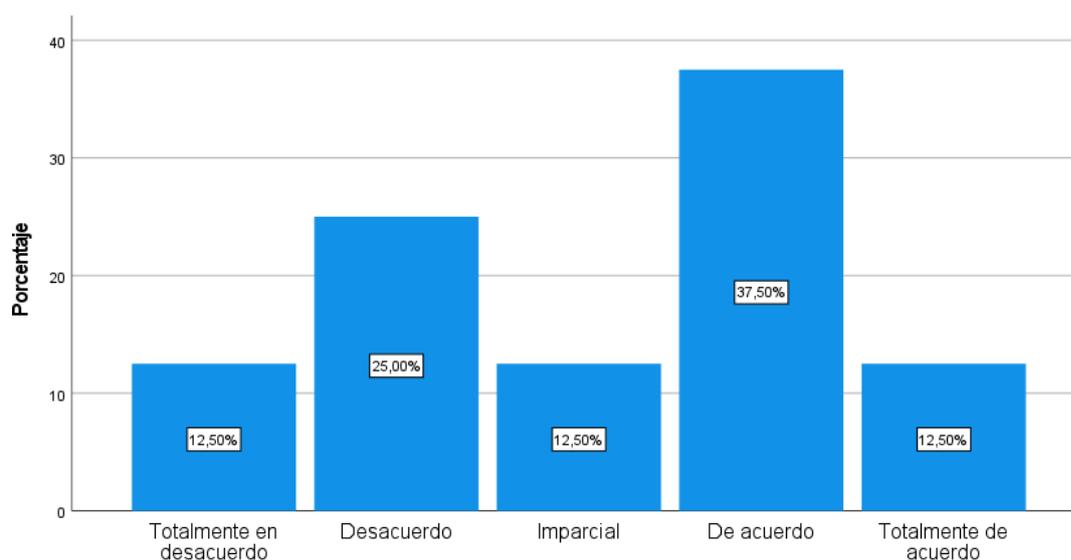
**El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	Imparcial	1	12,50	12,50	50,00
	De acuerdo	3	37,50	37,50	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 51** El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino



**El estado de las carreteras influye en que los turistas decidan ir al destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentran totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 12,50% imparcial, el 37,50% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

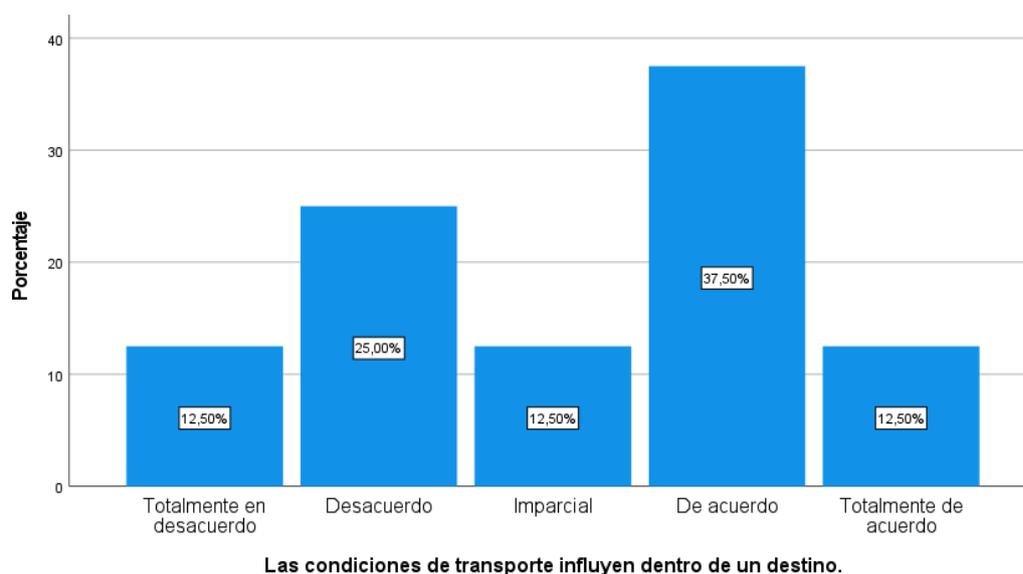
**Tabla 44** Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino

<b>Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	Imparcial	1	12,50	12,50	50,00
	De acuerdo	3	37,50	37,50	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 52** Las condiciones de transporte influyen dentro de un destino



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentran totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 12,50% imparcial, el 37,50% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

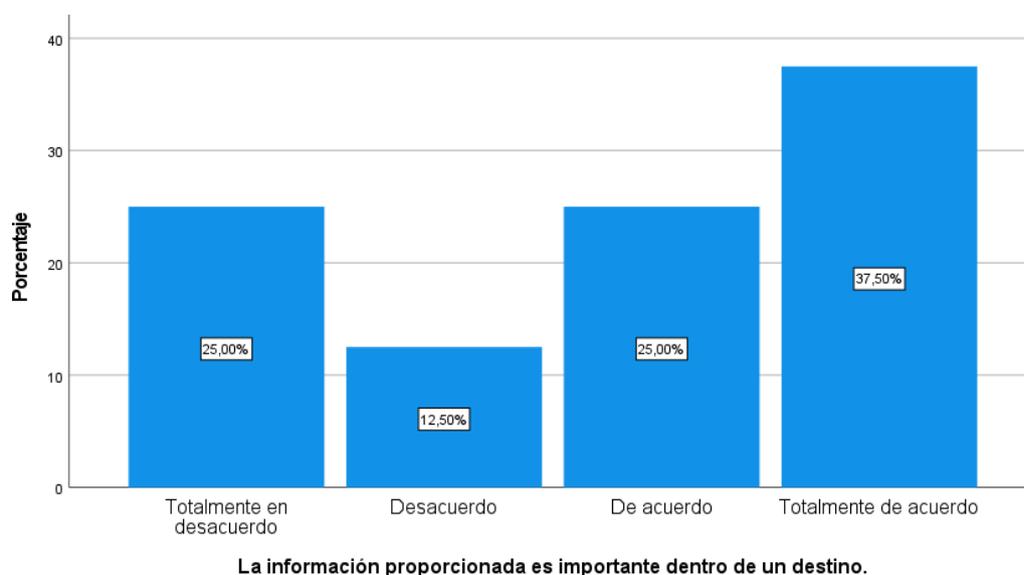
**Tabla 45** La información proporcionada es importante dentro de un destino

<b>La información proporcionada es importante dentro de un destino.</b>						
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00	
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50	
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50	
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0	
	Total	8	100,0	100,0		

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 53** La información proporcionada es importante dentro de un destino



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

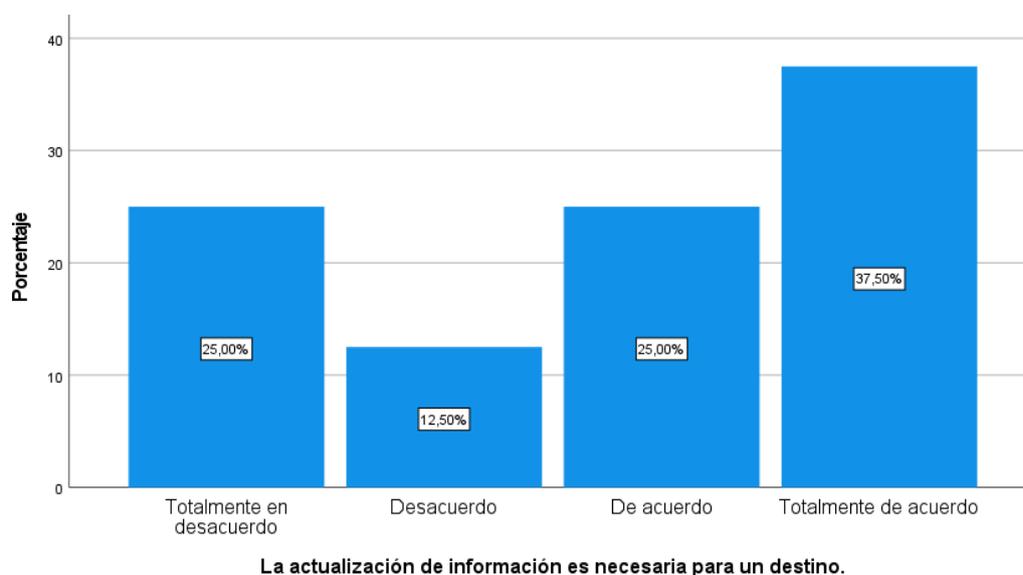
**Tabla 46** La actualización de información es necesaria para un destino

<b>La actualización de información es necesaria para un destino.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 54** La actualización de información es necesaria para un destino



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% e desacuerdo, el 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

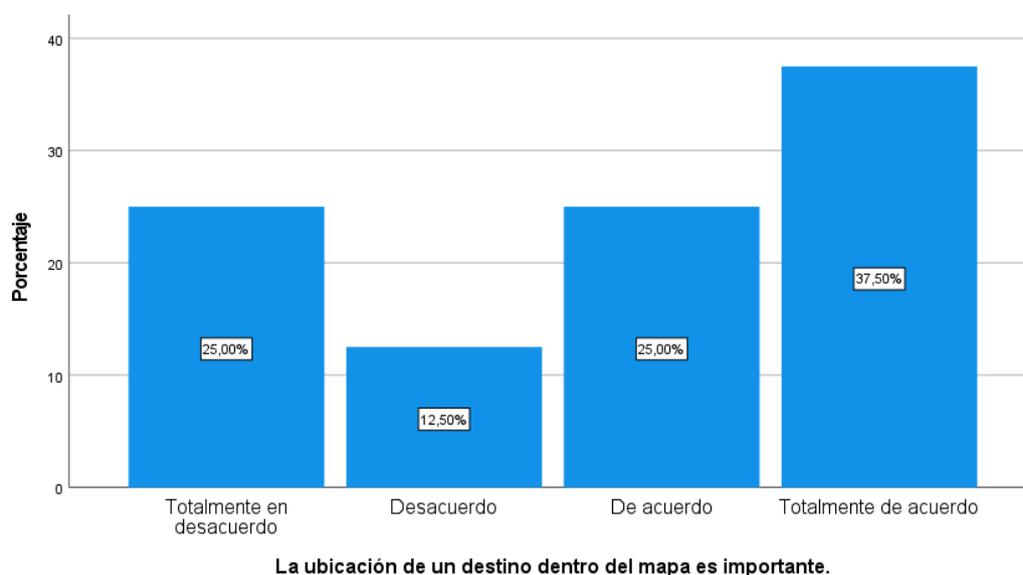
**Tabla 47** La ubicación de un destino dentro del mapa es importante

<b>La ubicación de un destino dentro del mapa es importante.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 55** La ubicación de un destino dentro del mapa es importante



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% e desacuerdo, 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

**Tabla 48** Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio

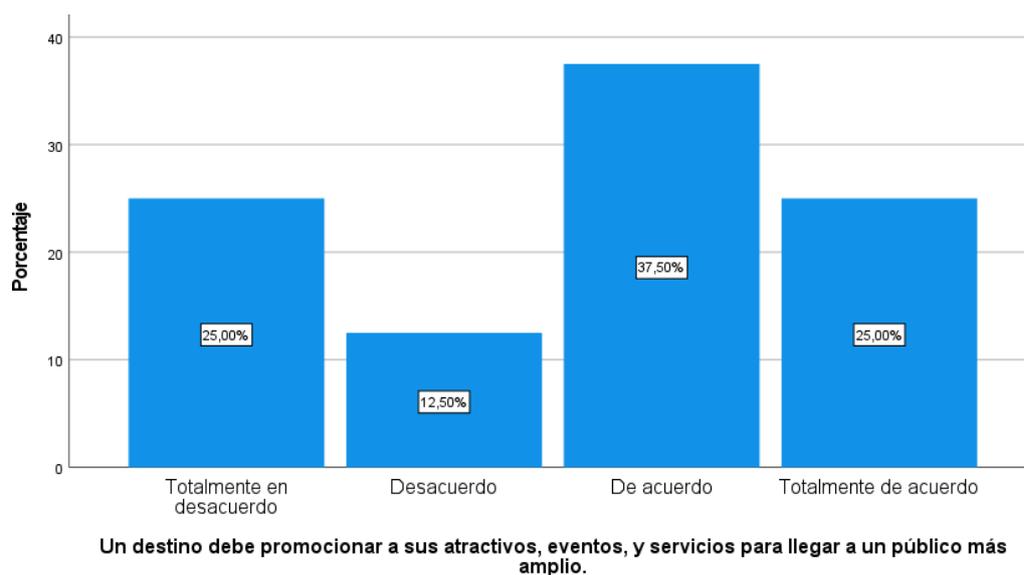
**Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	3	37,50	37,50	75,00
	Totalmente de acuerdo	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 56** Un destino debe promocionar a sus atractivos, eventos, y servicios para llegar a un público más amplio



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% e desacuerdo, 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

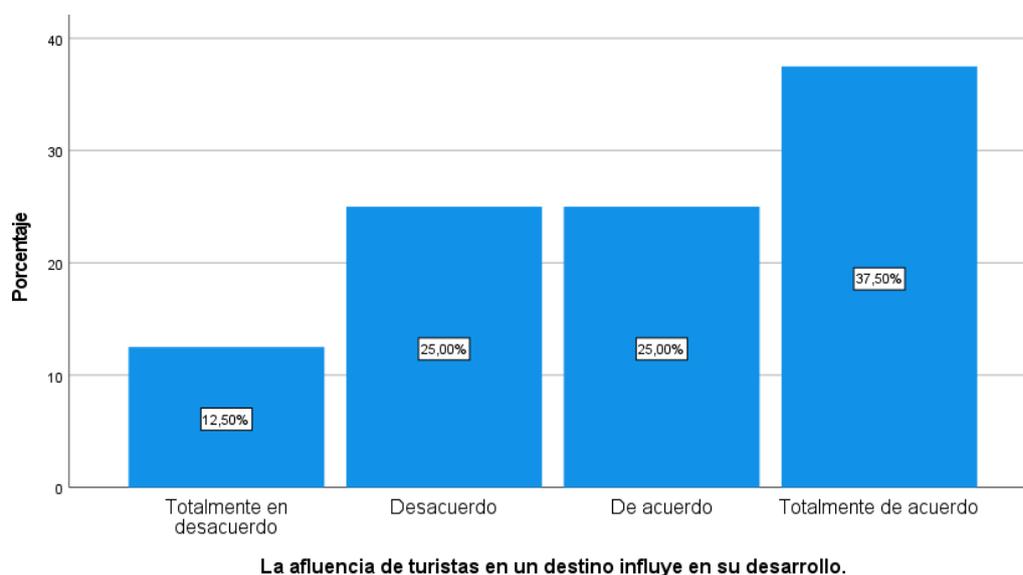
**Tabla 49** La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo

<b>La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 57** La afluencia de turistas en un destino influye en su desarrollo



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 25,00% e desacuerdo, 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

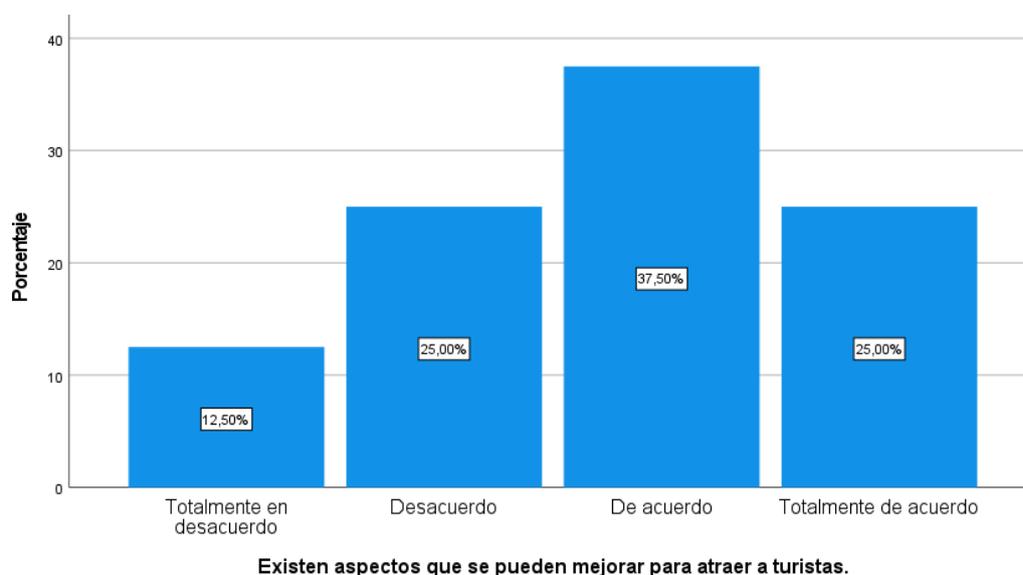
**Tabla 50** Existen aspectos que se puedan mejorar para atraer a turistas

<b>Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	De acuerdo	3	37,50	37,50	75,00
	Totalmente de acuerdo	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 58** Existen aspectos que se pueden mejorar para atraer a turistas



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 37,50% de acuerdo y el 25,00% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

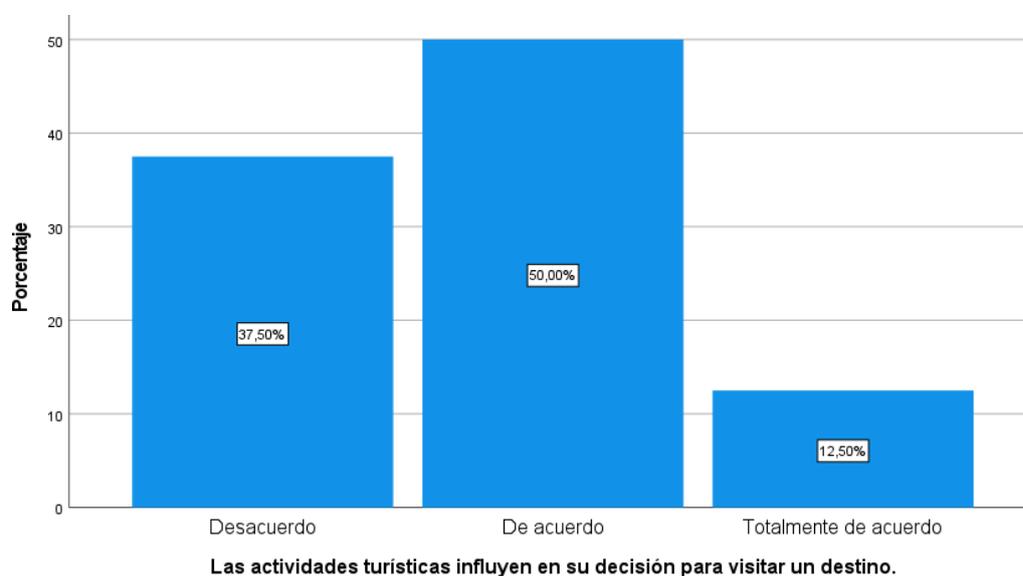
**Tabla 51** Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino

<b>Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	3	37,50	37,50	37,50
	De acuerdo	4	50,00	50,00	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 59** Las actividades turísticas influyen en su decisión para visitar un destino



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 37,50% de encuentra en desacuerdo, el 50,00% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 50,00% el cual corresponde a de cuerdo.

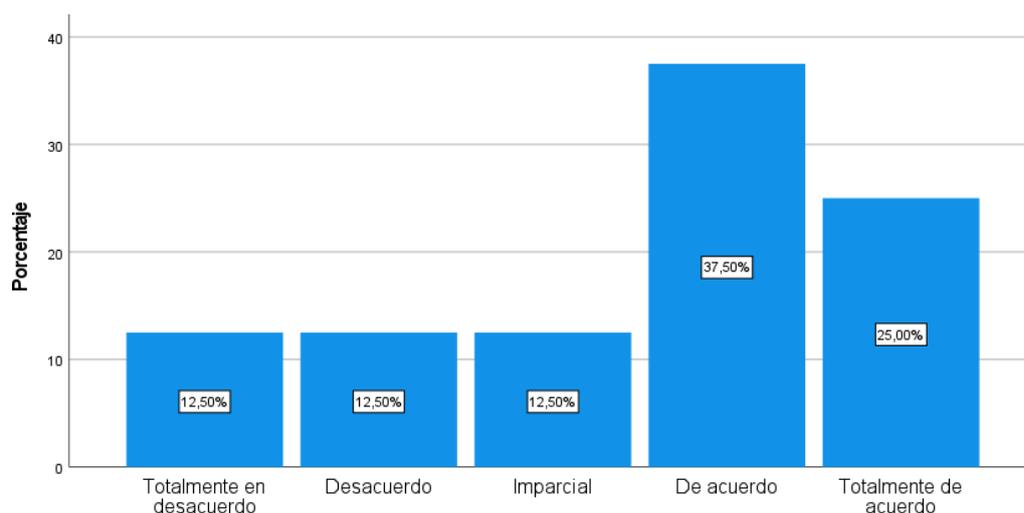
**Tabla 52** Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía

<b>Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	25,00
	Imparcial	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	3	37,50	37,50	75,00
	Totalmente de acuerdo	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 60** Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía



**Existen elementos dentro de un destino que se puedan mejorar para que los turistas extiendan su estadía.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 12,50% imparcial, el 37,50% de acuerdo y el 25,00% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

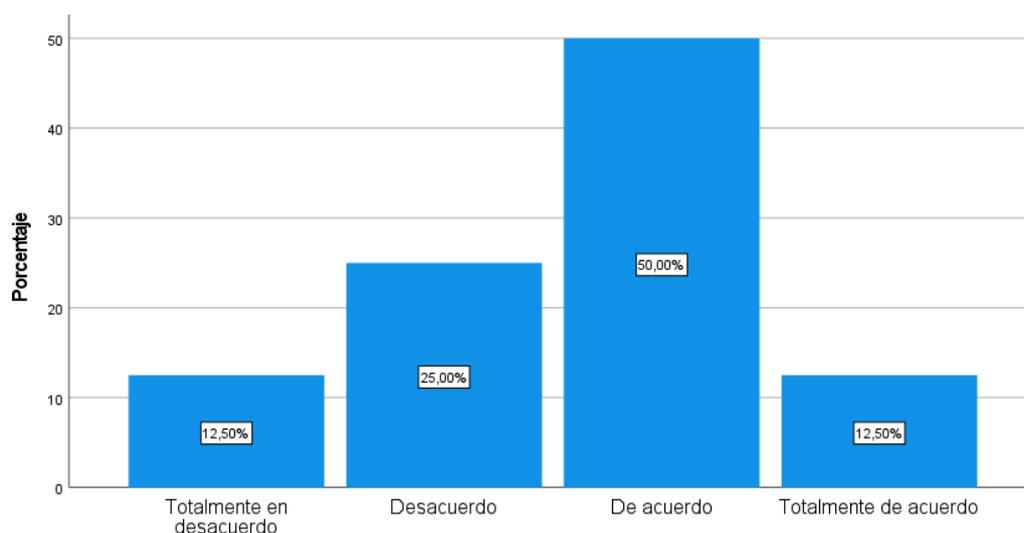
**Tabla 53** La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas

<b>La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,500
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	De acuerdo	4	50,00	50,00	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 61** La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas



**La duración de su estancia dentro de un destino cumple con sus expectativas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 50,00% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 50,00% el cual corresponde a de acuerdo.

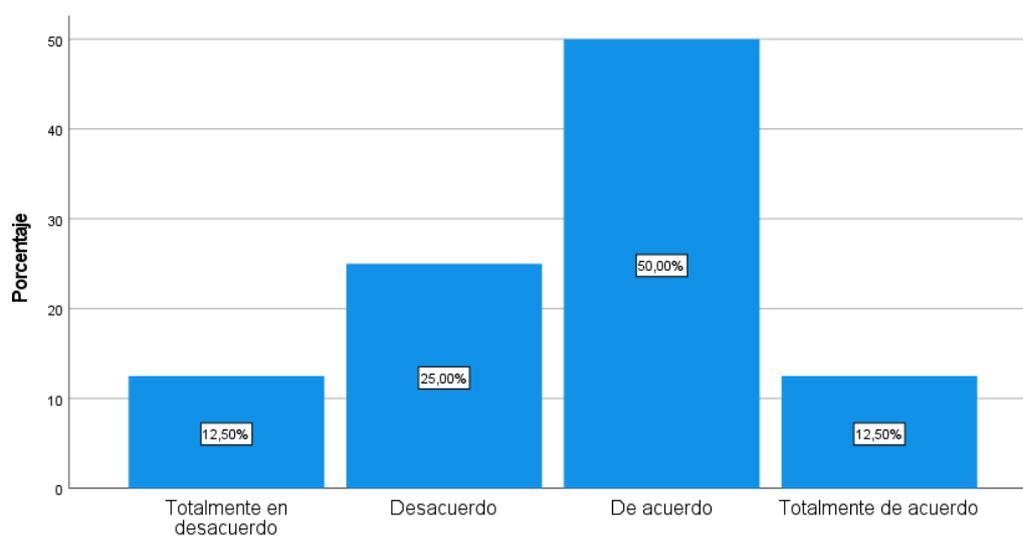
**Tabla 54** Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes  
**Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	De acuerdo	4	50,00	50,00	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 62** Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes



**Recibe usted suficiente información acerca de los costos antes de realizar sus viajes.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 50,00% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 50,00% el cual corresponde a de acuerdo.

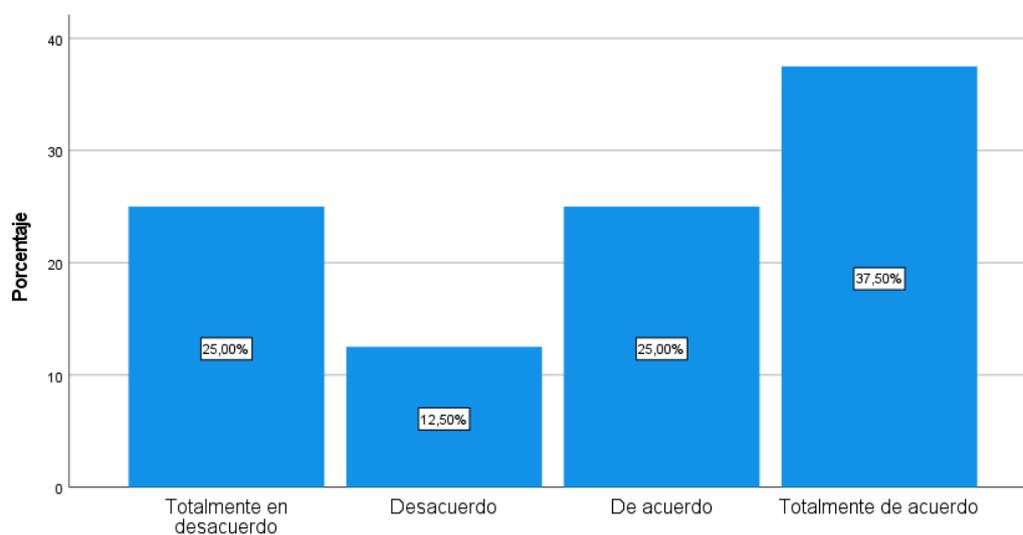
**Tabla 55** La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas

<b>La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 63** La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas



**La ausencia de establecimientos turísticos afecta a la visita de turistas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentre totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

**Tabla 56** La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas

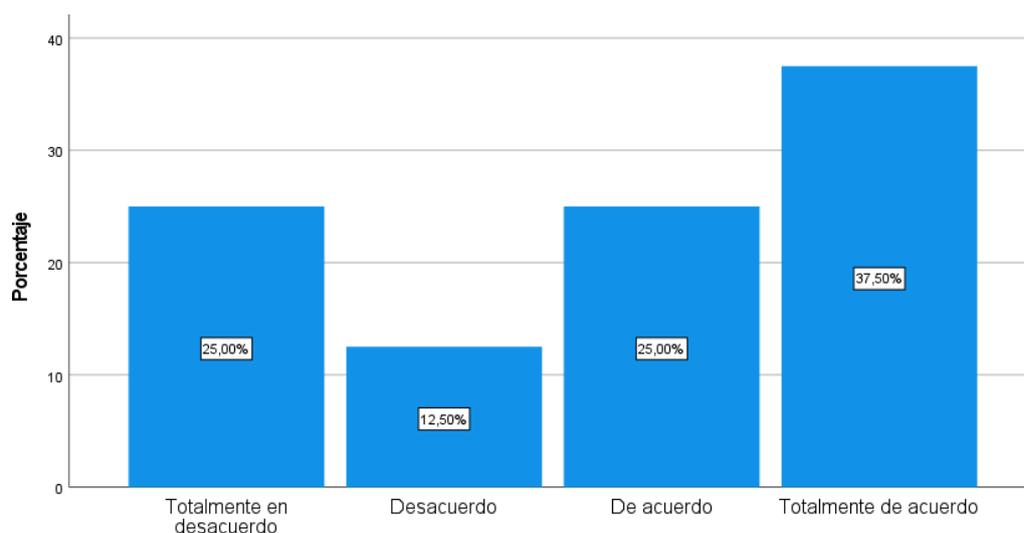
**La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	en2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 64** La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas



**La ubicación de los establecimientos es importante para la accesibilidad de los turistas.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

**Tabla 57** La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino

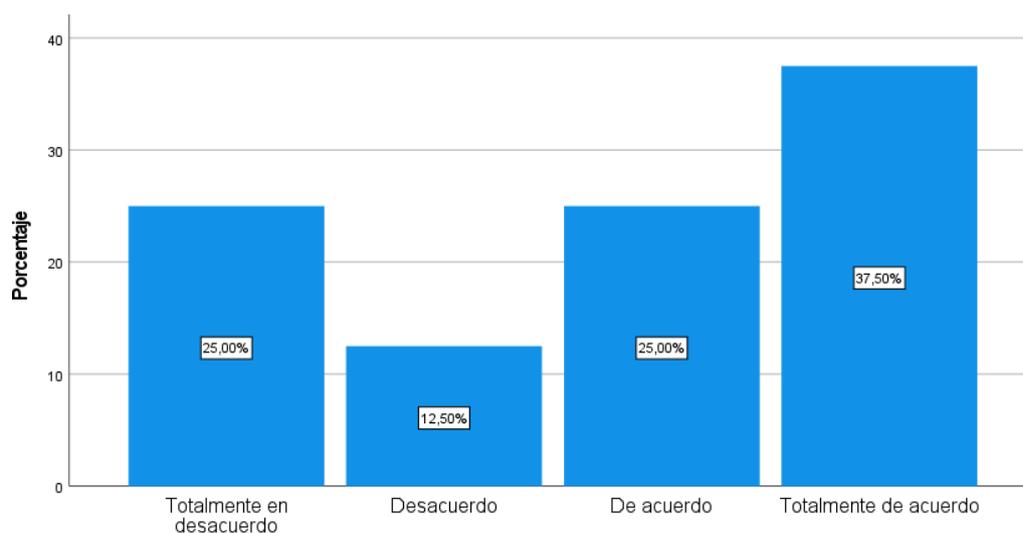
**La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	2	25,00	25,00	62,50
	Totalmente de acuerdo	3	37,50	37,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 65** La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino



**La opinión de turistas influye en usted al elegir un establecimiento dentro de un destino.**

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 25,00% de acuerdo y el 37,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a totalmente de acuerdo.

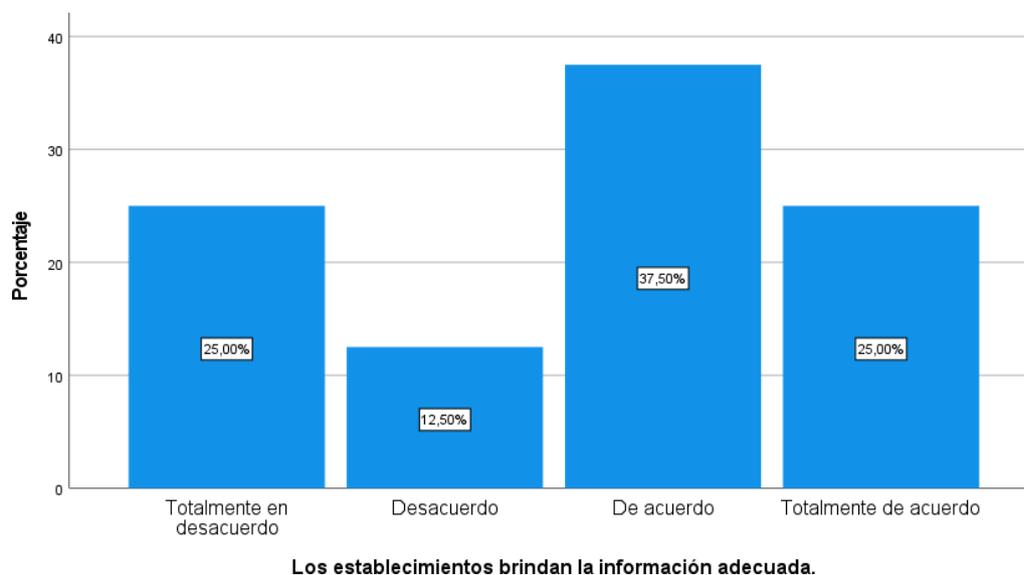
**Tabla 58** Los establecimientos brindan la información adecuada

<b>Los establecimientos brindan la información adecuada.</b>						
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo		1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo		3	37,50	37,50	75,00
	Totalmente de acuerdo		2	25,00	25,00	100,0
	Total		8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 66** Los establecimientos brindan la información adecuada



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 37,50% de acuerdo y el 25,00% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

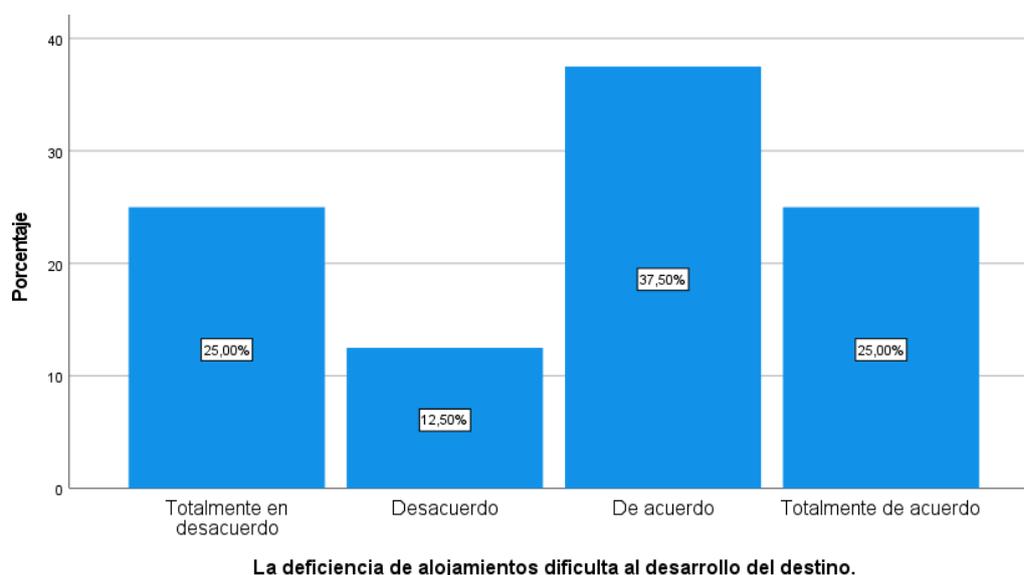
**Tabla 59** La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino

<b>La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	25,00	25,00	25,00
	Desacuerdo	1	12,50	12,50	37,50
	De acuerdo	3	37,50	37,50	75,00
	Totalmente de acuerdo	2	25,00	25,00	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 67** La deficiencia de alojamientos dificulta al desarrollo del destino



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 25,00% se encuentra totalmente en desacuerdo, el 12,50% en desacuerdo, el 37,50% de acuerdo y el 25,00% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 37,50% el cual corresponde a de acuerdo.

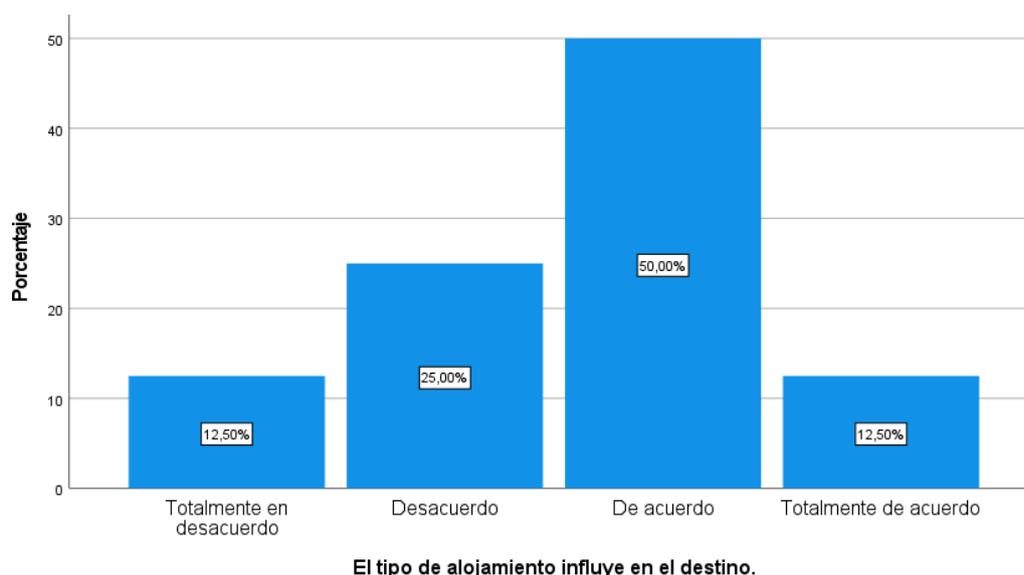
**Tabla 60** El tipo de alojamiento influye en el destino

<b>El tipo de alojamiento influye en el destino.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	12,50	12,50	12,50
	Desacuerdo	2	25,00	25,00	37,50
	De acuerdo	4	50,00	50,00	87,50
	Totalmente de acuerdo	1	12,50	12,50	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

**Ilustración 68** El tipo de alojamiento influye en el destino



**Fuente:** Adaptado al Software SPSS versión 27

**Elaborado por:** Leydi Jaramillo, 2024

De acuerdo con la encuesta aplicada, se observó que el 12,50% se encuentran totalmente en desacuerdo, el 25,00% en desacuerdo, el 50,00% de acuerdo y el 12,50% totalmente de acuerdo. Los resultados muestran que el mayor porcentaje es de 50,00% el cual corresponde a de acuerdo.